CENGAGE Learning

QS STARS RATED FOR EXCELLENCE 2012

FPT Fpt University

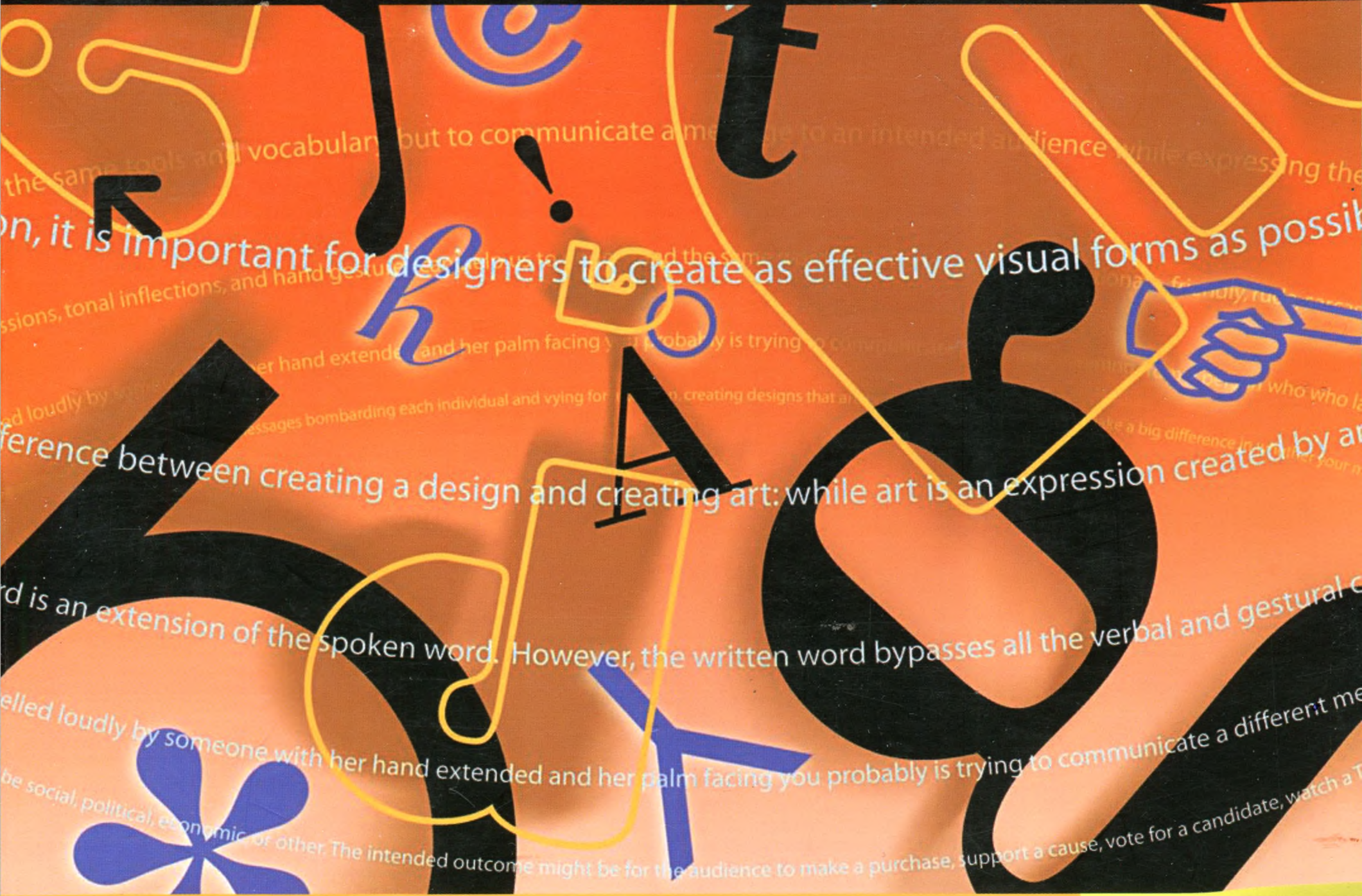
TRƯỜNG ĐẠI HỌC FPT

TỦ SÁCH BẢN QUYỀN Đại học FPT

Khám phá

TYPOGRAPHY

Exploring Typography



DESIGN EXPLORATION SERIES

NHÀ XUẤT BẢN BÁCH KHOA HÀ NỘI



Tác giả: Tova Rabinowitz

Tova Rabinowitz nhận bằng Cử nhân Mỹ thuật của Đại học bang Michigan và bằng Thạc sỹ Giáo dục của Đại học bang Illinois. Bà từng làm việc tại Đại học Công nghệ Westwood trên cương vị là Giám đốc Chương trình Thiết kế Đồ họa, tại đây bà đi sâu vào việc phát triển chương trình đào tạo truyền thống và trực tuyến trên quy mô toàn quốc.

Không chỉ yêu thích công việc giảng dạy và sáng tạo, Tova Rabinowitz còn dành thời gian cho việc nghiên cứu các học thuyết và ứng dụng đã có trong lịch sử lẫn đương đại về môn Typography.

CENGAGE Learning

Khám phá TYPOGRAPHY

Exploring Typography

Tova Rabinowitz

Nhóm dịch
Trường Đại học FPT

NHÀ XUẤT BẢN BÁCH KHOA HÀ NỘI

Fpt University
TRƯỜNG ĐẠI HỌC FPT

CENGAGE Learning

Fpt University
TRƯỜNG ĐẠI HỌC FPT

Tên sách: Khám phá Typography
Tác giả: Tova Rabinowitz

ISBN: 978-604-938-599-5 (Bản dịch tiếng Việt)

Title: Exploring Typography
Author: Tova Rabinowitz
ISBN – 13: 978-1-4018-1505-9 (Original edition)
Original edition published by Wadsworth, Cengage Learning

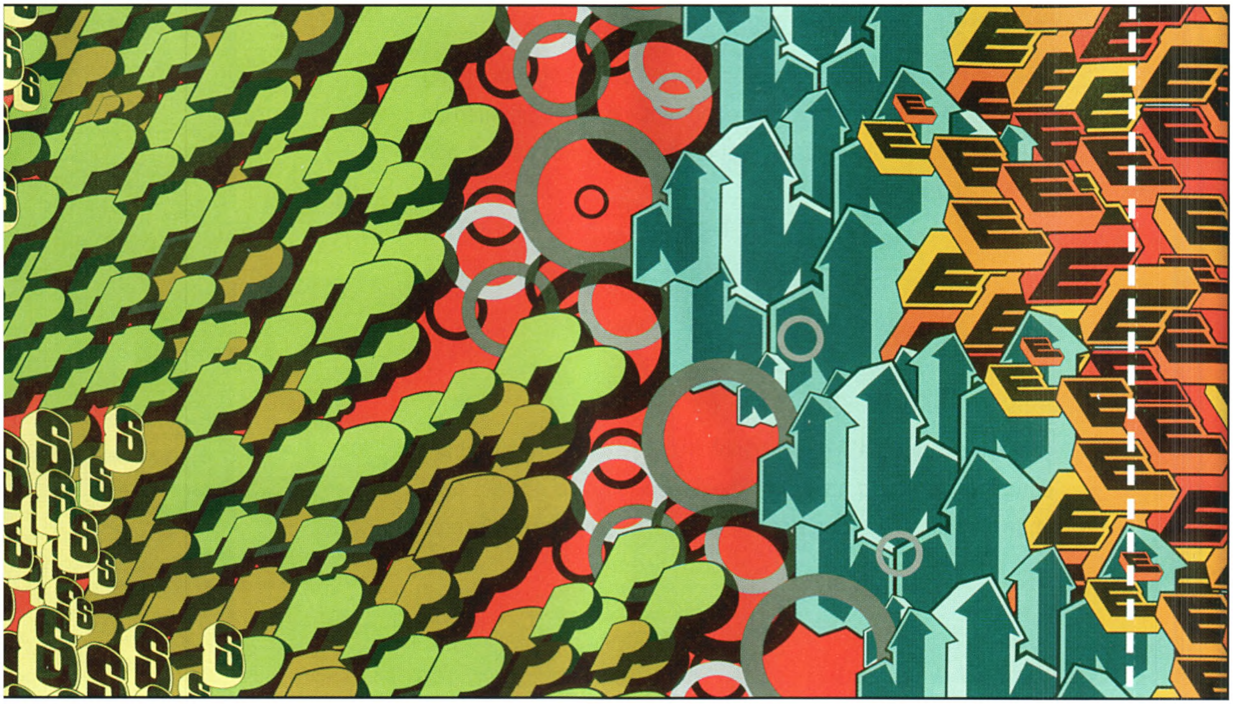
Đội ngũ sản xuất bản dịch – Trường Đại học FPT
Dịch giả: Lê Hoàng Giang, Đoàn Khương Duy, Đỗ Quang Diện
Cố vấn chuyên môn: Hà Dũng Hiệp
Biên tập: Lê Thị Ngọc
Trình bày: Đoàn Văn Long
Thiết kế bìa: Cengage, Nguyễn Thế Hoàng
Điều phối sản xuất sản phẩm: Lê Thị Ngọc
Sửa bản in và Giám sát sản xuất cấp cao: Chu Đình Phú
Quản lý sản xuất sản phẩm: Nguyễn Thị Thu Hiền

Liên hệ hợp tác về nội dung bản dịch tiếng Việt và phân phối tại Việt Nam:
Phòng Bản quyền và Xuất bản, Trường Đại học FPT
Tòa nhà FPT Polytechnic, Đường Hàm Nghi, KĐT Mỹ Đình I, Từ Liêm, Hà Nội
Điện thoại: (04) 7 305 1398
Email: publishing@fpt.edu.vn
Website: fptbooks.vn

Mục lục

Mục lục

MỤC LỤC



Thiết kế giấy bọc tự quảng cáo - tác phẩm do Greg Lamarche của SPONE sáng tạo năm 2003.

LỜI TỰA

Lời tựa

ĐỐI TƯỢNG ĐỘC GIẢ

Cuốn *"Khám phá Typography"* (tựa gốc: *"Exploring Typography"*) cung cấp một nghiên cứu toàn diện về việc sử dụng và thiết kế chữ (type) trong lĩnh vực Thiết kế Đồ họa (Graphic Design). Sách phục vụ nhu cầu của những sinh viên đại học và chuyên gia đang tìm kiếm một phương thức nhập môn thực tiễn, dễ tiếp cận về chủ đề typography (môn chữ ứng dụng học) phức tạp, dưới một định dạng giàu hình ảnh.

CÁC XU HƯỚNG MỚI NỔI

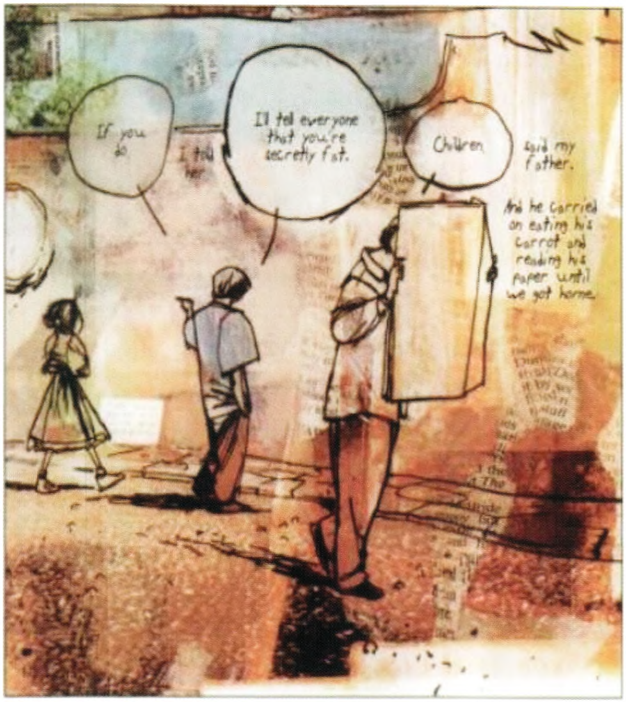
Sự phát triển của công nghệ máy tính gần đây đã đem đến những cơ hội mới cho các nhà thiết kế để thách thức ranh giới giữa định nghĩa và cách thức sử dụng font. Song song với việc mở ra các khả năng phát triển thú vị trong lĩnh vực thiết kế typography, những tiến bộ này cũng đặt ra nhiều thử thách mới cho những ai muốn thành thạo việc sử dụng chữ như một công cụ truyền thông. Một khi công nghệ cải tiến có thể nâng cao khả năng tiếp cận của việc thiết kế và sử dụng chữ, nhu cầu về các phương pháp luận rõ ràng kèm theo chiến lược tập trung hướng dẫn tạo và sử dụng chữ cũng ngày một tăng.

GIỚI THIỆU CHUNG VỀ SÁCH

Là giảng viên đại học, tôi nhận thấy một điều rằng sinh viên thường cảm thấy môn học thú vị này khô khan và khó hiểu. Dường như rất ít giáo trình hiện tại có thể đưa ra được một cấu trúc chính xác, mạch lạc, giúp người đọc dễ dàng tiếp thu kiến thức cũng như khuyến khích việc thực hành trình bày một case study hấp dẫn về tầm quan trọng của chủ đề này đối với các nhà thiết kế. Mục tiêu của tôi khi viết cuốn sách này là trình bày về typography theo cách thức dễ tiếp cận, trong đó nhấn mạnh các ứng dụng thực tế và hệ thống có tổ chức. Nghiên cứu của tôi bao gồm rất nhiều bài đọc về đề tài typography, những quan sát về vô số hình ảnh typography, cũng như các khảo sát chi tiết về vô số loại typeface khác nhau. Cách tiếp cận của tôi là nghiên cứu các học thuyết và ứng dụng đã có trong lịch sử lẫn đương đại, từ đó đưa ra những khái niệm nổi bật nhất, cần thiết nhất; sau đó, tôi tìm kiếm cách giải thích hợp lý nhất cho chủ đề phức tạp này theo lối dễ hiểu và hợp lôgíc, chủ yếu dựa vào các phương tiện trợ giúp trực quan (visual aid). Cuốn sách này không yêu cầu người đọc phải am tường về typography và thiết kế. Tuy nhiên, mọi hiểu biết cũng như trải nghiệm liên quan đến thiết kế mà người đọc từng có sẽ giúp họ hiểu sâu hơn, phong phú hơn về những khái niệm được trình bày trong sách.

MÔ TẢ CẤU TRÚC SÁCH

Chương 1: Lịch sử của chữ trình bày tổng quan về lịch sử của chữ thông qua cấu trúc trình tự thời gian, giúp người đọc hiểu rõ tiến trình phát triển của thiết kế gắn liền với hoàn cảnh lịch sử và tiến bộ kỹ thuật. Chương này cũng đề cập đến quá trình phát triển và cách sử dụng chữ từ buổi bình minh của thời tiền sử cho tới hiện tại.



Ảnh minh họa do studio Hourglass của Dave McKean vẽ, trích từ cuốn *The Day I Swapped My Dad for Two Goldfhish* (tạm dịch: *Ngày tôi đổi cha mình lấy hai con cá vàng*) của Neil Gaiman, Nhà xuất bản HarperCollins ấn hành năm 1997.

Chương 2: Các thuộc tính tạo hình của chữ giúp người đọc hiểu rõ về chữ dưới góc độ chuyên môn, cung cấp vốn từ để bàn luận về những đặc tính tạo hình khiến mỗi typeface trở nên độc nhất vô nhị. Bên cạnh việc đề cập tới các thành phần cấu trúc được dùng để tạo letterform (mặt chữ) cũng như kích thước chữ, chương còn giới thiệu nhiều thuật ngữ liên quan tới typography.

Chương 3: Phân loại họ chữ bàn luận về chiến lược và phương pháp phân loại chữ vào các họ chữ (type family), cung cấp một bộ sưu tập phong phú những mẫu chữ (type speciment) quan trọng trên phương diện lịch sử để độc giả nghiên cứu và áp dụng. Với hệ thống cấu trúc lôgíc dựa trên cả yếu tố lịch sử lẫn mức độ phổ dụng, nội dung chương cũng cố gắng loại bỏ sự khó hiểu mà rất nhiều người đọc bày tỏ rằng họ từng vấp phải khi tiếp cận với chủ đề trên.

Chương 4: Tính rõ ràng và tính dễ đọc trình bày nghiên cứu về các yếu tố có thể gây ảnh hưởng đến tính rõ ràng (legibility) và tính dễ đọc (readability) của một thiết kế. Nội dung chương cũng bàn về cách điều khiển các yếu tố có thể kiểm soát được, phục vụ trải nghiệm và chức năng sinh lý học của người dùng, nâng cao hiệu quả truyền thông.

Chương 5: Các khía cạnh thiết kế layout yêu cầu độc giả xem xét mối quan hệ giữa hình thức với nội dung và vai trò của từng khía cạnh trong layout (bố cục dàn trang) của thiết kế. Chương này đề cập tới các Luật Gestalt cùng loạt khái niệm về biểu đồ thị giác (visual hierarchy), sự nhấn mạnh (emphasis), sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity), cùng với đó là những công cụ giúp tạo ra layout kết hợp chữ và hình ảnh hiệu quả.

Chương 6: Sử dụng ô lưới bàn luận về ứng dụng của ô lưới (grid) và việc dùng ô lưới như một công cụ giúp mang lại sự thống nhất cho các tài liệu cũng như layout nhiều trang. Nội dung chương cũng giải thích ô lưới là gì, đồng thời đi sâu tìm hiểu các cách sử dụng khác nhau của ô lưới, nhằm trợ giúp và chỉ dẫn cho quy trình thiết kế.

Chương 7: Chữ trong môi trường kỹ thuật số tìm hiểu các vấn đề cụ thể về chữ trong môi trường kỹ thuật số (digital environment). Chương cũng đề cập tới các định dạng font (font format), độ phân giải hiển thị (display resolution) và những vấn đề thường gặp về tính rõ ràng, tính dễ đọc gắn liền với chữ trình chiếu (screen typography).

Chương 8: Thiết kế chữ dẫn độc giả đi qua quy trình thiết kế một font nguyên bản (original font). Chương cũng cung cấp hướng dẫn tỉ mỉ cho các nhà thiết kế chữ mới vào nghề, trong đó bao gồm những lời khuyên có thể giúp độc giả đảm nhận thử thách của công việc thiết kế chữ theo hướng có tổ chức.

Chương 9: Cách sử dụng chữ sáng tạo trình bày một khảo sát về các thiết kế gần đây, cho thấy việc sử dụng chữ độc đáo và thành công ra sao. Nội dung chương đi sâu phân tích về loạt tác phẩm nổi bật, trong đó tập trung vào cách thức các chuẩn typography (typography standard) mà các chương trước đặt ra được tuân thủ cũng như bị phá vỡ, nhằm tạo nên những thiết kế vừa sáng tạo, vừa hiệu quả.

Thuật ngữ

Thư mục chọn lọc, bao gồm các địa chỉ Website.

Danh sách cộng sự

Chỉ mục

ĐẶC TRƯNG CỦA SÁCH

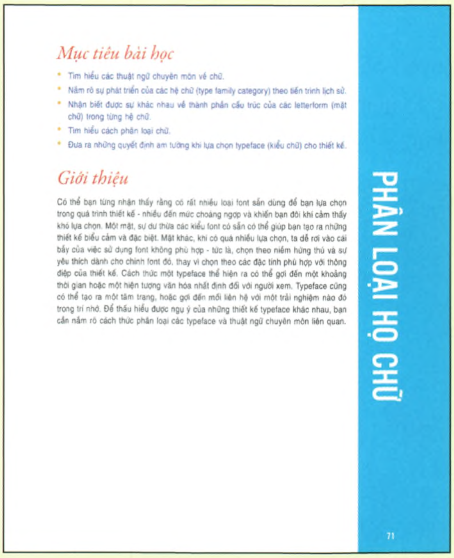
Dưới đây là danh sách một số đặc điểm tiêu biểu của cuốn sách này:

- Định dạng giàu hình ảnh, gồm phần giới thiệu về lịch sử của chữ theo trình tự thời gian, nêu rõ mối liên hệ giữa sự phát triển của thiết kế và những cải tiến kỹ thuật trong suốt tiến trình lịch sử.
- Nhìn nhận bao quát về những lựa chọn có thể ảnh hưởng tới khả năng "tiếp nhận" thông tin của độc giả.
- Những ví dụ, hình ảnh và biểu đồ minh họa hỗ trợ từng ý tưởng, giúp làm rõ các khái niệm về typography.
- Phần giải thích đơn giản, súc tích dựa trên mối quan tâm thực tiễn của các nhà thiết kế đang hành nghề, giúp độc giả tổ chức thông tin và tạo ra những mối liên kết quan trọng.
- Phần chỉ dẫn chi tiết dẫn độc giả đi qua từng bước trong quy trình thiết kế typeface của riêng họ.
- Các câu hỏi, bài tập cùng bài tập nghiên cứu chỉ định cho phép độc giả nâng cao kỹ năng và áp dụng những nguyên lý căn bản vào công việc khi thiết kế các dự án thiết kế thị giác của mình.
- Phỏng vấn các nhà thiết kế nổi tiếng đang làm việc, mời họ chia sẻ kinh nghiệm và quan điểm của bản thân về lĩnh vực thiết kế.



Poster của *Lễ hội nghệ thuật tiểu bang Pennsylvania: Ngày thiếu nhi*, được Lanny Sommese của Công ty Thiết kế Sommese sáng tạo cho Ban quản lý Lễ hội nghệ thuật tiểu bang Pennsylvania năm 1997.

ĐIỂM ĐẶC BIỆT CỦA SÁCH


Mục tiêu bài học

- Tìm hiểu các thuật ngữ chuyên môn về chữ.
- Nắm rõ sự phát triển của các hệ chữ (type family category) theo tiến trình lịch sử.
- Nhận biết được sự khác nhau về thành phần cấu trúc của các letterform (mặt chữ) trong từng hệ chữ.
- Tìm hiểu cách phân loại chữ.
- Đưa ra những quyết định am tường khi lựa chọn typeface (kiểu chữ) cho thiết kế.

Giới thiệu

Có thể bạn từng nhận thấy rằng có rất nhiều loại font sẵn dùng để bạn lựa chọn trong quá trình thiết kế - nhiều đến mức choáng ngợp và khiến bạn đôi khi cảm thấy khó lựa chọn. Một mặt, sự dư thừa các kiểu font có sẵn có thể giúp bạn tạo ra những thiết kế biểu cảm và đặc biệt. Mặt khác, khi có quá nhiều lựa chọn, ta dễ rơi vào cái bẫy của việc sử dụng font không phù hợp - tức là, chọn theo niềm hứng thú và sự yêu thích dành cho chính font đó, thay vì chọn theo các đặc tính phù hợp với thông điệp của thiết kế. Cách thức một typeface thể hiện ra có thể gợi đến một khoảng thời gian hoặc một hiện tượng văn hóa nhất định đối với người xem. Typeface cũng có thể tạo ra một tâm trạng, hoặc gợi đến mối liên hệ với một trải nghiệm nào đó trong trí nhớ. Để thấu hiểu được ngụ ý của những thiết kế typeface khác nhau, bạn cần nắm rõ cách thức phân loại các typeface và thuật ngữ chuyên môn liên quan.

PHÂN LOẠI HỌ CHỮ

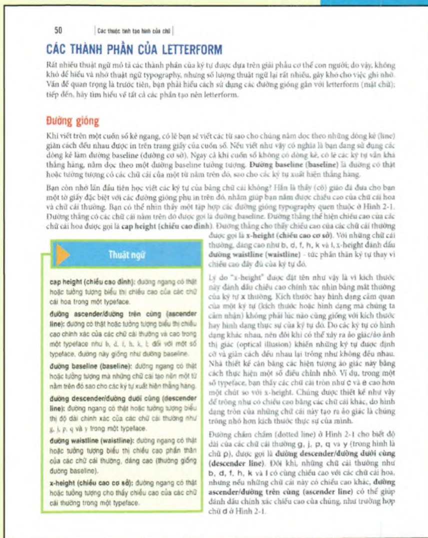
71

Mục tiêu bài học

Mở đầu mỗi chương là các mục tiêu bài học. Phần này mô tả những năng lực mà độc giả cần thu được sau khi tìm hiểu nội dung chương.

Thuật ngữ

Các thuật ngữ quan trọng của từng chương được định nghĩa trong những box riêng biệt và xuất hiện xuyên suốt cuốn sách.


50 | Các thuộc tính tạo hình của chữ |

CÁC THÀNH PHẦN CỦA LETTERFORM

Đường giống

Thuật ngữ

Công việc của nhà thiết kế

Các hồ sơ nghề nghiệp này được trình bày xuyên suốt cuốn sách. Mỗi hồ sơ giới thiệu về một nhà thiết kế thành công, đã đóng góp nhiều tác phẩm typography năng động và sáng tạo cho lĩnh vực thiết kế.


102 | Phân loại họ chữ |

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ

April Greiman

| CHƯƠNG 3 | 103

Ghi chú

Mục này cung cấp các gợi ý đặc biệt, lời khuyên thực tế và thông tin cho độc giả.



CHƯƠNG 5 225

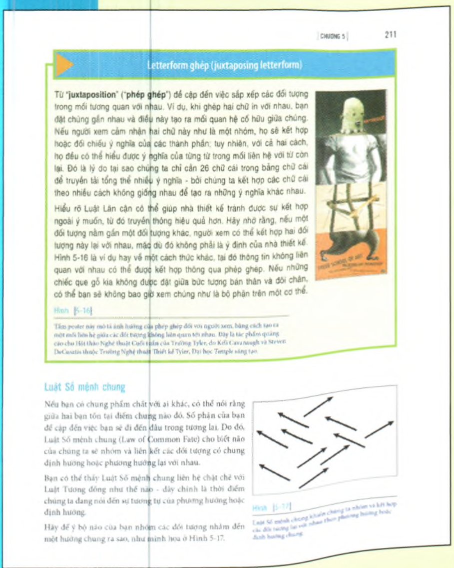
The Headline Goes Up Here

GHI CHÚ

Nghiên cứu chỉ ra rằng, có khả năng độc giả sẽ đọc và lĩnh hội được layout tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc gặp đối so với layout không tuân thủ sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc. Hãy ghi nhớ điều này mỗi khi bạn xây dựng một layout mới.

Mục chữ

Mục chữ (typographic device) cung cấp cho chúng ta gợi ý về loại thông tin được mong đợi từ các thành phần trong nguyên bản, ngay cả trước khi đọc chúng. Những đề mục như vậy giúp độc giả rút ra mối quan hệ giữa các thành phần trên trang, đồng thời giúp họ hiểu được cách thức tổ chức thông tin. Một số mục chữ có thể kể đến là: Đầu đề (headline), phụ đề (subhead), khối trích dẫn (block quotation), đầu trang (header), bảng biểu (table), chú thích (caption), **sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang)**, bảng chú thích (callout), chân trang (footer), danh sách (list), trích đoạn (pull-quote), số trang (folio), như minh họa ở Hình 5-32.



CHƯƠNG 5 211

Letterform ghép (juxtaposing letterform)

Từ "**juxtaposition**" ("**phép ghép**") để cập đến việc sắp xếp các đối tượng trong mối tương quan với nhau. Ví dụ, khi ghép hai chữ in với nhau, bạn đặt chúng gần nhau và điều này tạo ra mối quan hệ cố hữu giữa chúng. Nếu người xem cảm nhận hai chữ này như là một nhóm, họ sẽ kết hợp hoặc đối chiếu ý nghĩa của các thành phần; tuy nhiên, với cả hai cách, họ đều có thể hiểu được ý nghĩa của từng từ trong mối liên hệ với từ còn lại. Đó là lý do tại sao chúng ta chỉ cần 26 chữ cái trong bảng chữ cái để truyền tải tổng thể nhiều ý nghĩa - bởi chúng ta kết hợp các chữ cái theo nhiều cách không giống nhau để tạo ra những ý nghĩa khác nhau.

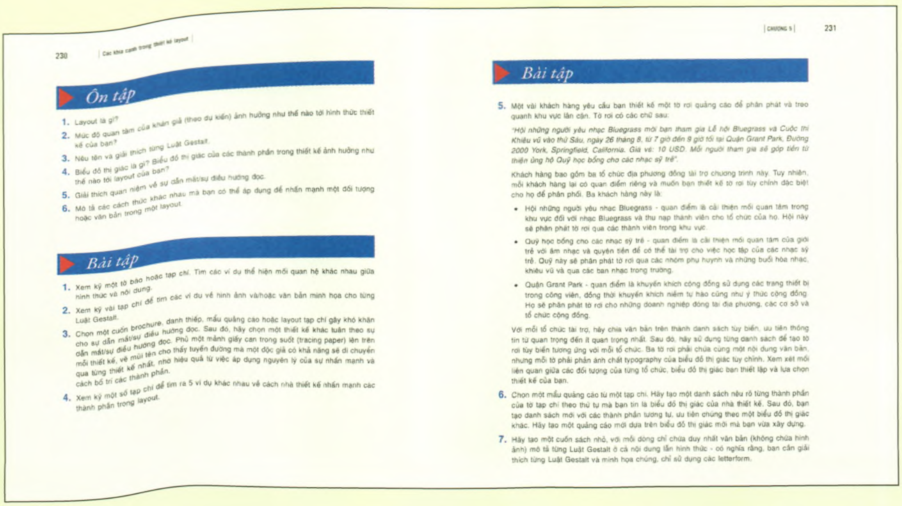
Luật Số mệnh chung

Sidebar

Các sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang) xuất hiện xuyên suốt cuốn sách, cung cấp thêm thông tin giá trị về những chủ đề cụ thể.

Câu hỏi ôn tập và bài tập

Các câu hỏi ôn tập và bài tập cuối mỗi chương cho phép độc giả đánh giá hiểu biết của mình về nội dung trong chương. Các bài tập được biên soạn nhằm mục đích củng cố tài liệu trình bày trong chương thông qua những ứng dụng thực tiễn.



230 Các khía cạnh trong thiết kế layout

Ôn tập

1. Layout là gì?

Bài tập

CHƯƠNG 5 231

Bài tập

GIỚI THIỆU TÁC GIẢ



Tova Rabinowitz là một nhà sư phạm đồng thời là một họa sỹ. Được mọi người xung quanh nhận xét là đặc biệt sáng tạo và có nhiều phát kiến, Tova Rabinowitz từng làm việc trong nhiều môi trường mỹ thuật khác nhau, từ bút chì, sơn dầu/màu dầu cho tới pixel (điểm ảnh); bà cũng thích đứng lớp giảng dạy cho học sinh từ độ tuổi mầm non tới sinh viên đại học. Tova Rabinowitz từng có ba năm làm việc tại Đại học Công nghệ Westwood, ban đầu là giảng viên Thiết kế Đồ họa, sau đó là Giám đốc Chương trình Thiết kế Đồ họa, tại đây bà đi sâu vào việc phát triển chương trình và giáo trình đào tạo. Tova Rabinowitz còn làm các công việc như thiết kế đồ dùng ẩm thực, họa sỹ trưng bày, đồng thời sở hữu và điều hành một công ty nhỏ chuyên thiết kế các tác phẩm nghệ thuật trên vải sợi theo ý khách hàng. Tova Rabinowitz sở hữu nhiều học vị/bằng cấp trong cả lĩnh vực nghệ thuật lẫn giáo dục.

TÀI NGUYÊN ĐIỆN TỬ

Cuốn sách này có phần tài nguyên điện tử đi kèm, được biên soạn để hỗ trợ giảng viên lên kế hoạch và triển khai các chương trình giảng dạy. CD này bao gồm đề cương mẫu (syllabus) giúp sử dụng cuốn sách cho một học kỳ kéo dài từ 11 đến 15 tuần. Đĩa cũng bao gồm các câu hỏi ôn tập kèm theo đáp án, bài tập, bản trình chiếu (slide) PowerPoint nêu bật những chủ đề nội dung chính được trình bày trong sách và các tài nguyên hỗ trợ giảng dạy khác. Bạn đọc hoặc các trường học quan tâm có thể liên hệ Đại học FPT hoặc Nhà xuất bản Cengage để có thêm thông tin chi tiết.

ISBN: 1-4018-1506-5



Mộc thư (block book), *Apocalypsis Sancti Johannis* (tạm dịch: *Khải huyền về Thánh Gioan*), Đức, năm 1470 sau Công nguyên. *© Bộ sưu tập của Lessing J. Rosenwald, Thư viện Quốc hội Mỹ, Washington, D.C. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của cơ quan nắm giữ bản quyền.*

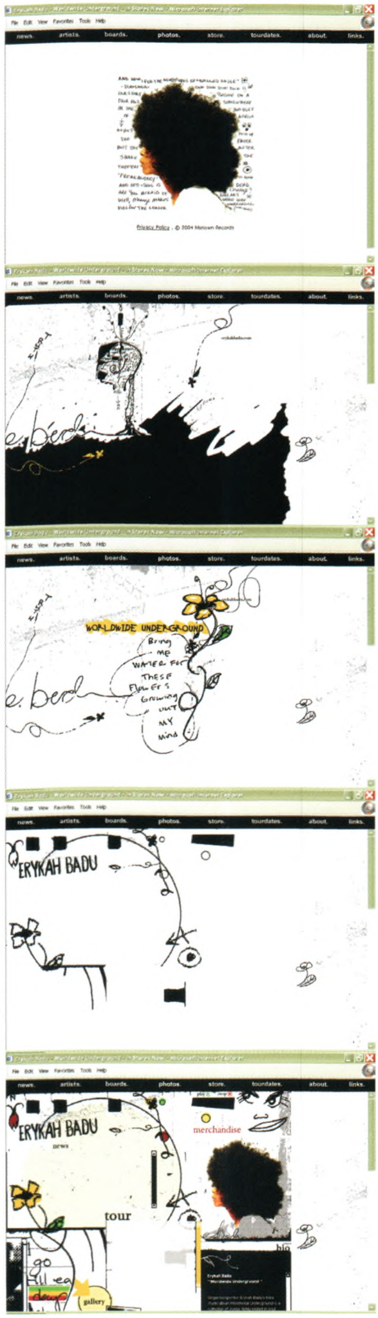
LỜI CẢM ƠN

Cảm ơn các bạn đã chia sẻ tình bạn nồng nhiệt, thời gian, lòng kiên nhẫn, chuyên môn, hiểu biết, tài nguyên và sự trợ giúp trong suốt quá trình hoàn thiện cuốn sách này:

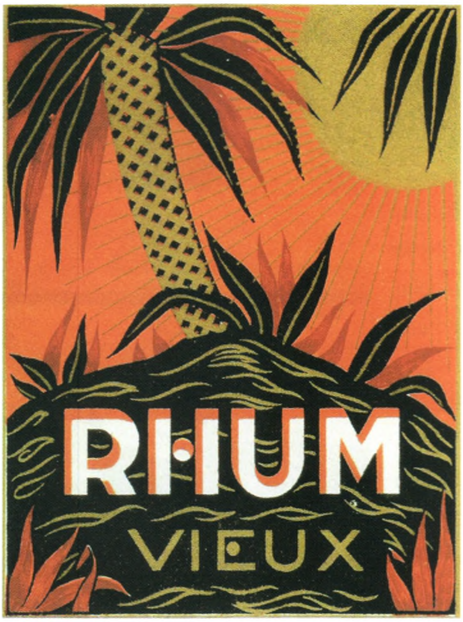
Heather và Bobby Rabinowitz, Heidi Estrin, Dru và Al Simon, Tim Jonas, Aaron Hawkins, Elizabeth Nevin (Nhà xuất bản Briar), David Jury, Brad Knapp, Paul Ruffino, Clifford Deer, Tamar Cordover, Jill Cordover, Malcolm Lubliner và Monica Maass, Ethan Dyer, Rachel Charson, Angie Reichert-Hester và Tom Hester, Fred Klein, Kanako Takeda, Carol Meegan, Kathy Moran, Melissa Unzicker, Peter Schoewe, David Peters, Leslie Cabarga, Art Chantry (Công ty thiết kế Art Chantry), Nick Curtis (Công ty thiết kế Nick's Fonts), Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop (Công ty Strange Attractors), Joyce Gorrell (Công ty Core11), April Greiman (Công ty Made in Space), Eduardo Recife (Công ty Misprinted Type), Joe Freedman (Công ty Sarabande), Dave Parmley (Công ty 13thFloor), Jan Maarten de Booij (Công ty Koninklijke Bibliotheek), Jovaney Hollingsworth (Công ty CSA Images), Linda McCurdy (Thư viện Sách hiếm, Bản thảo và Bộ sưu tập đặc biệt, Đại học Duke), Fabrice Ruth Dissieux (Công ty Linotype Library GmbH), Bob Alonso (Công ty BA Graphics), Melissa M. Hunt (Công ty Berthold Types Limited), Veronika Elsner (Công ty Elsner-Flake GbR), Simon Daniels (Tập đoàn Microsoft), Richard Kegler (Công ty P22 Type Foundry), Sergey Kochin (Công ty TNHH ParaType), Kurt Koepfle (Công ty Thiết kế Pentagram), Thierry Puyfoulhoux (Công ty Presence Typo) và Peter Rosenfeld (Công ty URW++ Design & Development GmbH).

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đặc biệt tới nhóm Delmar, những người đã hướng dẫn tôi vượt qua một quá trình dài với khối lượng công việc khổng lồ bằng lòng kiên nhẫn lớn lao, khả năng linh động cùng sự thông thái tuyệt vời; chính quá trình lao động bền bỉ, tận tâm hỗ trợ của họ đã biến cuốn sách này trở thành hiện thực: Jaimie Weiss (Giám đốc phụ trách sản phẩm), James Gish (Biên tập phụ trách tìm kiếm bản thảo cấp cao), Francis Hogan (Điều phối viên mảng hội họa và thiết kế) và Tom Stover (Biên tập phụ trách sản xuất cấp cao).

Đồng thời, tôi vô cùng cảm ơn các nhân viên Delmar, chính tài năng và sự lưu tâm đến từng chi tiết của họ đã góp một phần quan trọng vào chất lượng mà tác phẩm này đạt được: Anne Majusiak, Mardelle Kunz và Liz Kingslien.



Các ảnh chụp màn hình từ trang Web chứa artwork và ảnh chụp của ca sỹ kiêm nhạc sỹ da màu Erykah Badu, *www.erykah-badu.com*, do Dan Petruzzi và Afra Amir Sanjari sản xuất, Kristen O'Loughlin và Chris Ro của trang *Okayplayer.com* thiết kế. *Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Hãng thu âm Motown Records, một chi nhánh của Công ty UMG Recordings, 2004.*



Thiết kế bao bì trang trí nghệ thuật, Rượu Ruhm, 1928. *Ảnh do Công ty TNHH Rikuyosha cung cấp.*

Delmar Cengage Learning và tác giả xin chân thành cảm ơn các nhà phê bình dưới đây vì những đề xuất và ý kiến đóng góp chuyên môn quý báu:

Scott Carnz
Trợ lý khoa về các vấn đề học thuật
Học viện Nghệ thuật Thành phố Seattle
Seattle, Washington

Cece Cutsforth
Khoa Nghệ thuật Thị giác và Biểu diễn (Visual & Performing Arts)
Cao đẳng Cộng đồng Portland
Portland, Oregon

Rebecca Gallagher
Trưởng khoa Truyền thông Đa phương tiện (Digital Media Communications)
Trường Katharine Gibbs
New York, New York

Kathrena Halsinger
Khoa Nghệ thuật
Đại học Clark
Vancouver, Washington

Lindsey Rush Heuwetter
Khoa Thiết kế Đồ họa
Đại học Công nghệ Westwood
Atlanta, Georgia

Therese LeMelle
Khoa Truyền thông Thị giác (Visual Communications)
Trường Katharine Gibbs
New York, New York

Janine Wong
Đại học Massachusetts - Dartmouth
Khoa Thiết kế Đồ họa
Đại học Nghệ thuật Hình ảnh và Biểu diễn
Dartmouth, Massachusetts

Tova Rabinowitz
2006

CÂU HỎI VÀ GÓP Ý

Delmar Cengage Learning và tác giả luôn hoan nghênh mọi câu hỏi và ý kiến đóng góp của quý độc giả. Nếu có bất cứ đề xuất nào mà bạn nghĩ sẽ giúp ích cho người khác, hãy cho chúng tôi biết, chúng tôi sẽ cố gắng đưa những ý kiến đó vào phiên bản sau của sách.

Để gửi câu hỏi và/hoặc ý kiến đóng góp, mời các bạn liên hệ với nhà xuất bản ấn phẩm gốc qua địa chỉ:

Bộ phận Xuất bản - Trường Đại học FPT
Tòa nhà FPT Polytechnic, Đường Hàm Nghi, KĐT Mỹ Đình I, Từ Liêm, Hà Nội
Điện thoại: (04) 7 305 1398
Email: publishing@fpt.edu.vn
Website: fptbooks.vn

Delmar Cengage Learning
Executive Woods
5 Maxwell Drive
Clifton Park, NY 12065
Người nhận: Nhóm Thiết kế và Nghệ thuật Truyền thông (Media Arts and Design Team)
800-998-7498
Hoặc liên hệ với tác giả qua địa chỉ e-mail:
tovayeah@yahoo.com

Lời đề tặng

Ma, Dad, Heidi, Dru, Al, Tim và Aaron thân mến, các bạn đã biến cuốn sách này thành hiện thực bằng sự hào phóng, lòng tốt bụng, kiên nhẫn và trợ giúp chân thành. Và đặc biệt là bạn, Ma. Sự chăm chỉ của bạn đã giúp mọi thứ trở nên khác biệt. Thật vinh dự và thú vị khi được làm việc với bạn.



Mộc thư (block book), *Apocalypsis Sancti Johannis* (tạm dịch: *Khải huyền về Thánh Gioan*), Đức, năm 1470 sau Công nguyên (SCN). *©Bộ sưu tập của Lessing J. Rosenwald, Thư viện Quốc hội Mỹ, Washington, D.C. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của cơ quan nắm giữ bản quyền.*

CHƯƠNG 1

Mục tiêu bài học

- Nhận thức rõ mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau giữa thiết kế, công nghệ và các lực lượng xã hội.
- Hiểu rõ sức ảnh hưởng mạnh mẽ của chữ đối với văn hóa nhân loại.
- Dõi theo sự phát triển của typography (môn chữ ứng dụng học) và các phương pháp in ấn xuyên suốt chiều dài lịch sử.
- Tìm hiểu ý nghĩa lịch sử của các phong cách thiết kế chữ (type design style) khác nhau.
- Suy ngẫm về các hệ tư tưởng nghệ thuật (artistic ideology) khác nhau và hàm ý typography của chúng.
- Tổng hợp các thiết kế sáng tạo lấy cảm hứng từ những ý tưởng và hình ảnh của các thời kỳ trước đó.

Giới thiệu

Ngôn ngữ viết (written language) là tác nhân khiến các nền văn hóa của văn minh nhân loại phải trải qua nhiều cuộc biến chuyển mạnh mẽ trong suốt hàng nghìn năm qua. Các lực lượng chính trị, xã hội, học thuật, nghệ thuật, âm nhạc, khoa học, tôn giáo và kỹ thuật đều bị dẫn dắt và trải qua quá trình chuyển đổi nhờ ngôn ngữ viết, ngay khi ngôn ngữ này phát triển vượt ra khỏi phạm vi những kinh nghiệm và thể chế nói trên của loài người.

Xuyên suốt quá trình lịch sử, sự phát triển của các tiến bộ công nghệ trở thành động cơ thúc đẩy sự phát triển của typography dưới vai trò là một công cụ và một hình thức thiết kế (design form). Công nghệ mới luôn truyền cảm hứng cho các nhà thiết kế khám phá ra nhiều khả năng mới, thách thức ranh giới của cấu trúc ngôn ngữ thị giác hiện tại, nhằm thể hiện những kinh nghiệm đặc biệt mà họ tích lũy được và để tạo dấu ấn riêng của bản thân so với các bậc tiền nhân.

Theo truyền thống, **typography** (**môn chữ ứng dụng học**) được định nghĩa là lĩnh vực nghiên cứu, sử dụng và thiết kế các bộ letterform (mặt chữ) giống hệt nhau lặp đi lặp lại. Mặc dù typography phát triển từ các chữ viết tay (handwritten script) độc nhất vô nhị, song sự phát triển của các công nghệ in ấn đã làm thay đổi mạnh mẽ bản chất của truyền thông dạng viết tới mức thuật ngữ typography được đưa ra để mô tả sự thay đổi đó. Bất kể trông đúng thể thức hay không đúng thể thức, ở dạng hình học hay hữu cơ, lộn xộn hay sáng rõ, đặc trưng typography của các typeface luôn dựa trên khả năng tái tạo của chúng. Tuy nhiên, ngay cả định nghĩa này cũng đang bị thách thức, bởi sự đổi mới của typography kỹ thuật số gần đây đã thúc đẩy ranh giới về sử dụng và thiết kế chữ lên một tầm mức mới.

Lịch sử của typography

CÁC MỐC LỊCH SỬ

10.000 TCN[1] - 400 SCN[2] SỰ KHỞI ĐẦU CỦA NGÔN NGỮ VIẾT

Năm 3000 TCN: Các hệ thống chữ viết sơ khai

Chúng ta sẽ bắt đầu tìm hiểu lịch sử của chữ bằng việc khảo sát các vết tích truyền tin còn sót lại của nhân loại thuở sơ khai - nghệ thuật hang động (cave art). Các **petroglyph (tranh khắc đá)** - hay còn gọi là **tác phẩm chạm khắc lên đá (rock engraving)** và **pictograph (chữ vẽ hình)** - hay còn gọi là **chữ vẽ trên đá (cave painting)** đã được người tiền sử để lại trong các hang động từ cách đây hơn 10.000 năm. Vào thời đó, người tiền sử đã dùng bất cứ thứ gì có thể lượm được để ghi lại kinh nghiệm của mình. Họ trộn những loại màu (pigment) có sẵn trong tự nhiên với mỡ động vật để tạo thành sơn, hoặc khắc các hình ảnh lên đá. Những dấu hiệu mà người tiền sử tạo ra khá đa dạng, từ hình ảnh tượng trưng cho tới ký hiệu trừu tượng (Hình 1-1). Các dấu hiệu này đôi khi ở dạng **pictogram (chữ tượng hình)** - hình ảnh được giản thể minh họa cho từ cụ thể, lúc lại ở dạng **ideogram (chữ tượng ý)** - hình ảnh tượng trưng cho khái niệm hoặc ý tưởng. Các phương thức truyền thông thị giác (visual communication) thời tiền sử này được sử dụng như thế nào và mức độ phổ biến ra sao hiện vẫn còn là một ẩn số, bởi tất cả những gì còn sót lại cho tới nay chỉ là một vài mẫu vật bền nhất và ở những nơi xa xôi nhất.



Hình |1-1|

Bức vẽ hang động thời kỳ đồ đá (paleolithic cave painting) được tìm thấy ở Lascaux. © *Bettmann/CORBIS.*

Năm 3000 TCN: Chữ viết sơ khai của người Sumer

Vào thời kỳ nào đó chưa định rõ trước năm 3000 TCN, người Sumer sinh sống tại vùng Lưỡng Hà (Mesopotamia) đã biết dùng những chiếc bút trâm có đầu nhọn (pointed stylus) để vẽ pictogram (chữ tượng hình) lên các tấm đất sét nung, nhằm tạo ra những bản ghi chép lâu dài về các giao dịch buôn bán. Một số tấm đất sét nung này hiện vẫn còn được lưu lại, cung cấp cái nhìn sơ bộ về bản chất của quá trình truyền thông thị giác ở những người tạo ra chúng. Khoảng năm 2500 TCN, người Sumer đã áp dụng những cải tiến công nghệ cũng như khái niệm giúp việc viết chữ trở nên nhanh chóng và đơn giản hơn. Họ đã xây dựng được một hệ thống chữ viết hình nêm (cuneiform), sử dụng một chiếc bút trâm hình nêm ấn lên đất sét bằng các nét (stroke) nhỏ (Hình 1-2); những dấu hiệu này trở thành ideogram thay vì pictogram như trước. Điều này giúp giảm bớt số lượng ký hiệu cần ghi nhớ và áp dụng khi viết. Từ việc nghiên cứu ngôn ngữ viết của người Sumer, các nhà khảo cổ học có thể phác họa sự phát triển từ pictogram sang ideogram và cuối cùng là phonogram (chữ tượng thanh) - những ký hiệu tượng trưng cho âm thanh.

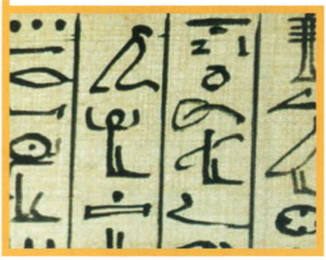


Hình |1-2|

Một tấm đất sét nung của người Sumer với các ký tự hình nêm ghi chép số lượng cừu và dê, được tìm thấy ở Tello thuộc phía nam vùng Lưỡng Hà cổ. © *Ginami Dagli/CORBIS.*

Năm 3000 TCN: Chữ hieroglyphics của người Ai Cập

Cùng thời điểm người Sumer phát triển hệ thống chữ viết của mình, người Ai Cập cũng làm được điều tương tự. Khoảng năm 3000 TCN trở về trước, chữ hieroglyphics (chữ viết tượng hình) của người Ai Cập (Hình 1-3) ban đầu cũng chỉ là các pictogram, trải qua hơn 3.000 năm tiếp theo đã dần phát triển thành một tổ hợp phức tạp gồm pictogram, ideogram và phonogram.



Hình |1-3|

Chữ hieroglyphics của người Ai Cập, chi tiết cắt từ cuốn "Book of Dead" (tạm dịch: "Sách của Người chết"). © *Sandro Vannini/CORBIS.*

[1] TCN: Viết tắt của Trước Công nguyên.

[2] SCN: Viết tắt của Sau Công nguyên.

Năm 1800 TCN — Năm 1500 TCN — Năm 1000 TCN

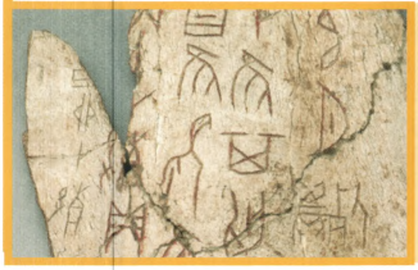
Năm 1800 TCN: Nghệ thuật calligraphy của người Trung Hoa

Vào thời cổ đại, người Trung Hoa cũng đã phát triển được ngôn ngữ viết và các công nghệ hỗ trợ sử dụng ngôn ngữ viết. Truyền thuyết Trung Hoa kể rằng: Khoảng năm 1800 TCN, một người đàn ông tên là Thương Hiệt (Ts'ang Chieh) đã phát triển các ký hiệu chữ viết của mình, lấy cảm hứng từ dấu chân và vết móng của các loài động vật, chim muông. Kết quả là, nghệ thuật calligraphy (có thể hiểu ngắn gọn là thuật viết chữ) Trung Hoa ra đời. Các ký hiệu của Thương Hiệt là những pictograph (chữ vẽ hình) và **logogram** (**dấu tốc ký**) - ký hiệu tượng trưng cho toàn bộ một từ, ví dụ như ©, $ hoặc # đã được trừu tượng hóa. Loại mẫu vật lâu đời nhất về nghệ thuật calligraphy Trung Hoa hiện còn lưu lại là những lời "sấm ngữ" (tiên tri) được khắc trên xương và mai rùa để nói chuyện với các bậc tổ tiên, cầu xin sự may mắn. Ngoài ra, còn có nhiều bằng chứng cho thấy người Trung Hoa cổ đại đã viết lên các đồ vật bằng đồng như tiền xu, đồ chứa và vũ khí. Họ cũng đã dùng bút tre để viết lên vải tơ lụa, len và thanh tre.



Hình |1-5|

Tấm bia bằng vàng khắc các ký tự Phoenicia, thế kỷ 6 TCN. ©Archivo Iconografico, S.A./CORBIS.



Hình |1-4|

Mảnh xương khắc lời sấm ngữ từ đời nhà Thương (Shang Dynasty). © Bảo tàng Hoàng Gia bang Ontario/CORBIS.

Năm 1500 TCN: Bảng chữ cái Phoenicia

Vào khoảng năm 1500 TCN, người Phoenicia cũng sử dụng một bảng chữ cái ngữ âm trừu tượng (abstract phonogram-based alphabet) gồm 22 ký tự (Hình 1-5). Vì Phoecinia là một trung tâm giao thương quan trọng, nên ngôn ngữ nước này đã được các thương gia và du khách truyền bá tới nhiều vùng đất khác nhau. Cùng thời điểm này, các ngôn ngữ viết dựa trên ngữ âm khác cũng được đưa vào sử dụng và phát triển thành nhóm ngôn ngữ Semit, bao gồm: Tiếng Do Thái (Hebrew), tiếng Aramaic, tiếng Ai Cập cổ (Demotic) và tiếng Ả Rập.

Năm 1000 TCN: Người Hy Lạp chấp nhận bảng chữ cái ngữ âm Phoenicia

Vào khoảng năm 1000 TCN, người Hy Lạp đã chấp nhận bảng chữ cái ngữ âm Phoenicia. Theo thời gian, họ đã sửa lại bảng chữ cái Phoenicia cho phù hợp với tiếng Hy Lạp bằng cách thay đổi một số phụ âm và bổ sung thêm các nguyên âm (Hình 1-6).

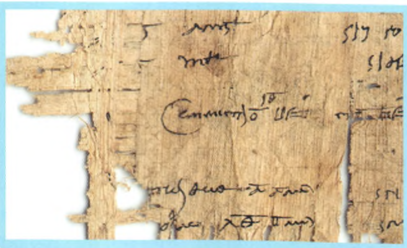
Hình |1-6|

Bia chữ viết của người Hy Lạp cổ đại ở Delphi, Hy Lạp. © David Elfstrom/iStockphoto.



Năm 2000 TCN: Giấy cói

Người Ai Cập cổ đại viết chữ hieroglyphics bằng cách sử dụng đục khắc lên đá, song họ cũng đã biết dùng bút lông làm từ rễ cây để tô màu cho các ký tự tượng hình trên những chất liệu linh động hơn. Người Ai Cập đã sử dụng cây cói giấy (Cyperus Papyrus) để tạo ra giấy - chất liệu này được gọi là giấy cói (papyrus), như minh họa ở Hình 1-7. Mặc dù người ta vẫn chưa xác định rõ thời điểm sớm nhất giấy cói được sử dụng, song các tài liệu giấy cói lâu đời nhất còn lại cho đến nay được tạo ra vào khoảng năm 2000 TCN.

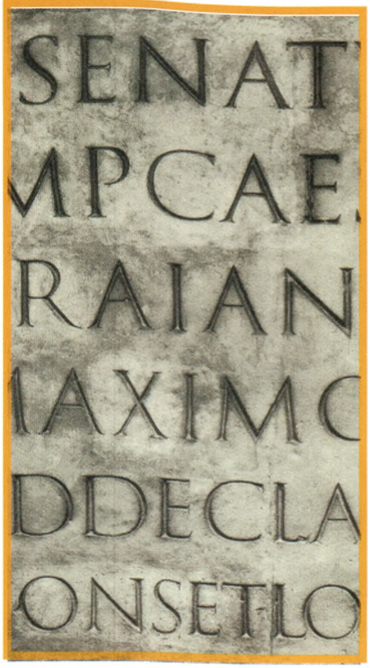


Hình |1-7|

Mẫu giấy cói của Apollonios, một vị quan cai quản vùng Apollonopolites Heptakomias, khoảng năm 120 TCN. *Ảnh do Thư viện Sách hiếm, Bản thảo và Bộ sưu tập đặc biệt của Đại học Duke cung cấp.*

10.000 TCN - 400 SCN: SỰ KHỞI ĐẦU CỦA NGÔN NGỮ VIẾT

Năm 100 TCN: Các hệ thống chữ viết sơ khai — Năm 100 SCN



Hình |1-8|

Các chữ hoa vuông từ một tấm bia trên Cột Khải hoàn (Trajan Column) ở Roma, năm 114 SCN.

Năm 100 TCN: Letterform của người La Mã phát triển

Khoảng năm 100 TCN, người La Mã xâm chiếm Hy Lạp. Một trong những báu vật mà người La Mã chiếm được là toàn bộ các thư viện của Hy Lạp. Ảnh hưởng của Hy Lạp lên văn hóa La Mã là rất lớn, bởi các đồ tạo tác (artifact) thuộc nền văn hóa Hy Lạp bị người La Mã lấy đi đã được nghiên cứu, tôn sùng, chuyển thể và truyền bá khắp Đế chế La Mã (Roman Empire). Bảng chữ cái Latinh chúng ta dùng hiện nay từng được người La Mã sử dụng, song người ta tin rằng nó được phát triển từ những ảnh hưởng kết hợp của các ngôn ngữ Hy Lạp, Semit và Nam Italia (tức Etrusca - một nền văn minh cổ từng tồn tại ở khu vực mà ngày nay tương ứng với vùng Toscana của Italia). Thế kỷ đầu tiên sau Công nguyên tồn tại hai hệ thống chữ viết La Mã phổ biến: Chữ hoa vuông (square capital) (Hình 1-8) và chữ hoa thô sơ (rustic capital) (Hình 1-9). Chữ hoa vuông chỉ chứa những letterform hoa ngay hàng thẳng lối, trong khi chữ hoa thô sơ trông ít kiểu cách hơn. Do đặc tính tròn hơn và hẹp hơn về bề ngang, nên các chữ hoa thô sơ dễ viết hơn. Cả chữ hoa vuông lẫn thô sơ đều có serif (chốt nét) - tức phần mở rộng được thêm vào các điểm cuối của nét chữ, giúp mang lại vẻ vững chắc và mạnh mẽ cho các letterform. Thông thường, các từ không được phân tách bằng khoảng cách, dù đôi khi chúng được phân tách bởi một dấu chấm đặt ở giữa.

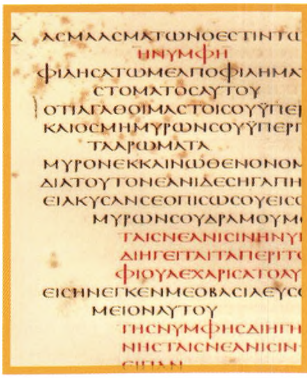


Hình |1-9|

Các chữ hoa thô sơ, chi tiết từ bản thảo của Bede, thế kỷ 8. © *David Reed/CORBIS.*

Năm 100 SCN: Chữ hoa uncial

Đến năm 100 SCN, người Hy Lạp đã phát triển các letterform tròn, có tên gọi là uncial (Hình 1-10). Chữ uncial đòi hỏi ít nét hơn, cho phép viết nhanh hơn và đơn giản hơn so với các chữ Hy Lạp vuông.



Hình |1-10|

Các chữ uncial của người Hy Lạp, Codex Sinaiticus Petropolitanus, năm 350 SCN, sử dụng với sự cho phép của Thư viện Vương quốc Anh [1701.d.1].

Năm 190 TCN: Phát minh ra giấy làm từ da dê

Truyền thuyết kể rằng: Khoảng năm 190 TCN, lệnh cấm vận lưu hành giấy cói đã thôi thúc những người chăn cừu sinh sống tại vùng mà ngày nay là Thổ Nhĩ Kỳ phát triển một loại bề mặt dùng để viết tương tự như giấy được làm từ da, có tên gọi là giấy da dê (parchment). Để làm giấy da dê, da động vật được mang đi rửa sạch, kéo giãn, cạo sạch lông, làm trắng bằng đá vôi, sau đó được đánh bóng bề mặt. Do đặc tính mềm dẻo, tiện lợi và dễ mang theo, nên giấy da dê nhanh chóng trở nên phổ biến.

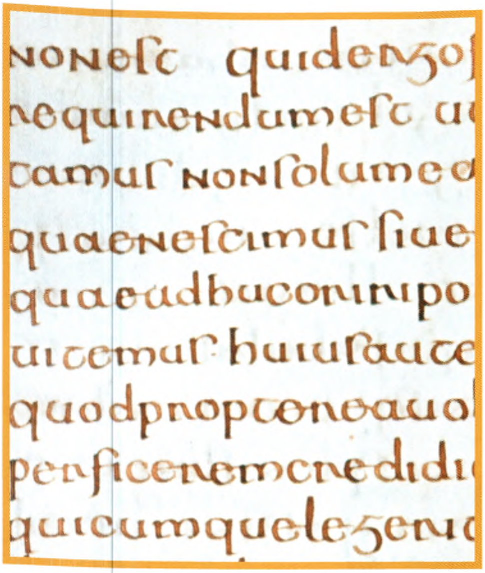
Năm 105 SCN: Phát minh ra giấy

Vào năm 105 SCN, Thái Luân (Ts'ai Lun) tâu lên Hoàng đế Trung Quốc rằng ông đã phát minh ra giấy. Thái Luân ngâm vải cũ và vỏ cây rồi giã nát thành bột. Sau đó, ông trải những sợi bột đó vào một chiếc khuôn, ấn cho chúng phẳng ra rồi lấy tờ giấy được tạo thành ra khỏi khuôn để mang đi phơi khô. Hàng nghìn năm sau, người ta vẫn tạo ra giấy viết theo cách này.

Năm 190 TCN — Các tiến bộ công nghệ thời kỳ đầu — Năm 105 SCN

Năm 200 SCN

Năm 300 SCN



Năm 200 SCN: Chữ phỏng uncial

Chữ phỏng uncial (half-uncial) với phần ascender (nét xổ trên dòng) và descender (nét xổ dưới dòng) ngắn hơn được sử dụng lần đầu tiên ở Hy Lạp trong suốt thế kỷ 3, nhưng không đạt tới mức độ phổ biến cho tới tận cuối thế kỷ 6 (Hình 1-11). (Ascender và descender là các phần mở rộng lên phía trên hoặc xuống bên dưới các đường gióng (guideline) truyền thống). Chữ phỏng uncial là tiền thân của chữ thường (lowercase letter).

Hình |1-11|

Chữ phỏng uncial, Msc.Patr.87, fol.79v, Hieronymus und Gennadius: De Viris Illustribus, Augustinus: De Haeresibus. De Cura Pro Mortuis Gerendaenchiridion De Fide, Spe et Caritate. Staatsbibliothek, Bamberg.

Năm 300 SCN: Tầng lớp tri thức và các thư viện

Đến năm 300 SCN, Roma hình thành một tầng lớp trí thức (literate class) bao gồm các thương gia, học giả, thầy tu và quan chức chính quyền, cùng với đó là 30 thư viện công hỗ trợ nhu cầu đọc và tham chiếu của tầng lớp này. Tỷ lệ người biết đọc và viết ngày càng tăng.

Năm 200 SCN: Bút có ngòi

Đến thế kỷ 3 SCN, người Hy Lạp đã viết trên giấy cói, da dê, kim loại, da thuộc, gỗ và các tấm bia bằng sáp hoặc đất sét, sử dụng bút làm từ cây lau sậy có ngòi bằng kim loại gắn ở một đầu để dễ dàng điều chỉnh lưu lượng mực hơn. Khoảng thế kỷ 7, con người bắt đầu sử dụng lông ngỗng làm bút, với một đầu rỗng được tách và tạo hình để làm ngòi bút, nhằm đạt được độ chính xác cao hơn. Vào thế kỷ 12, con người bắt đầu cắt những chiếc bút lông ngỗng với góc vát lớn hơn. Sau đó, người ta chế ra ngòi bút rời với độ rộng và hình dạng khác nhau để gắn vào bút lông ngỗng. Mỗi đổi mới về công nghệ làm bút đã biến đổi mạnh mẽ hình dáng nét bút, từ đó tác động đến sự phát triển của chữ viết tay.

Thuật ngữ

ideogram (chữ tượng ý): hình ảnh tượng trưng cho một khái niệm hoặc ý tưởng.

pictogram (chữ tượng hình): hình ảnh được giản thể minh họa cho một từ cụ thể.

logogram (dấu tốc ký): một ký hiệu đại diện cho toàn bộ một từ, ví dụ như ©, $ hoặc #.

petroglyph (tranh khắc đá): một tác phẩm chạm khắc lên đá (rock engraving).

phonogram (chữ tượng thanh): những ký hiệu tượng trưng cho âm thanh được nói ra.

pictograph (chữ vẽ hình): các chữ vẽ trên đá (rock painting) thời tiền sử; còn gọi là pictogram.

typography (môn chữ ứng dụng học): lĩnh vực nghiên cứu, sử dụng và thiết kế chữ.

Năm 200 SCN

400 - 1450 SCN THỜI KỲ TRUNG CỔ

Năm 400 SCN: Sự phát triển của chữ viết thời kỳ Trung cổ

Giai đoạn đầu của thời kỳ Trung cổ (Medieval) bị kìm hãm bởi chế độ Phong kiến (Feudalism) - cấu trúc chính trị mà tại đó, tầng lớp quý tộc giàu có sở hữu ruộng đất thực hiện chính sách cai trị chuyên chế đối với quần chúng nghèo khổ sinh sống trên vùng đất của họ, những người này bị bắt phải làm việc, đóng thuế và bị bóc lột sức lao động. Hầu hết dân thường ở châu Âu đều có rất ít quyền tự chủ và tài nguyên. Nghệ thuật Cơ đốc giáo (Christian art) ở giai đoạn đầu của thời kỳ Trung cổ là những tác phẩm đậm tính tôn giáo dành riêng cho tầng lớp giàu có hoặc giới tăng lữ. Giai đoạn sau của thời kỳ Trung cổ chứng kiến sự ổn định về chính trị, thịnh vượng về kinh tế và tăng trưởng về dân số ở châu Âu. Vấn đề cập tới những chủ đề hoa mỹ và tôn giáo, song các hình thức nghệ thuật lúc này đã mở rộng ra tầng lớp dân thường dưới hình thức truyền bá và tuyên truyền. Nghệ thuật Byzantine và nghệ thuật Gothic từ thế kỷ 5 cho tới thế kỷ 16 ở châu Âu đều mang tính chất trang trí cao, dựa trên các chủ đề của đạo Cơ đốc. Các thành phần kiến trúc đồ sộ, những bức bích họa treo tường, các sản phẩm dệt may phong phú và sách viết về nghi thức tế lễ đã được tạo ra để đáp ứng nhu cầu cúng tế cũng như lễ bái của giới tu sỹ và nhu cầu thờ phụng trong cộng đồng.

Năm 400 SCN: Bản thảo thuyết giảng ở châu Âu

Vào khoảng thế kỷ 5, con người bắt đầu tạo ra sách minh họa (illustrated book) và sách thuyết giảng (illuminated book). Khoảng năm 600 SCN, lời phát biểu của Giáo hoàng Gregory rằng "với hình ảnh, những người không biết chữ cũng có thể đọc được" đã khiến việc giảng sách trở nên phổ biến trong nghệ thuật Cơ đốc giáo như một phương pháp giảng dạy cho người mù chữ. Hình thuyết giảng là những hình minh họa và nét hoa văn trang trí cho các trang văn bản viết tay, nhằm minh họa hoặc giải thích ý nghĩa của những trang này. Các bản thảo thuyết giảng thường được trang trí bằng vàng lá, có màu sắc sặc sỡ, nhằm mang lại vẻ uy nghiêm và sự hiện diện của thần thánh trong từng trang sách. Tập tục tạo các bản thảo thuyết giảng rất phổ biến ở châu Âu cho tới thế kỷ 15 SCN, khi chữ tháo lắp/chữ có thể dịch chuyển (movable type) lần đầu tiên được sử dụng tại châu lục này (Hình 1-12).

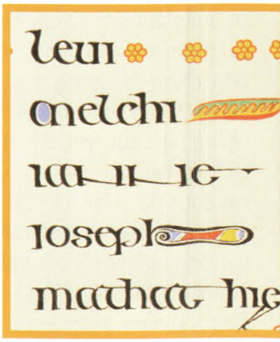


Hình |1-12|

Bản thảo thuyết giảng, *The Book of Hours* (tạm dịch: *Sách nhật tụng*), Valencia, năm 1460, bộ sưu tập của Koninklijke Bibliotheek.

Năm 550 SCN: Chữ phỏng uncial của người Celt và word spacing

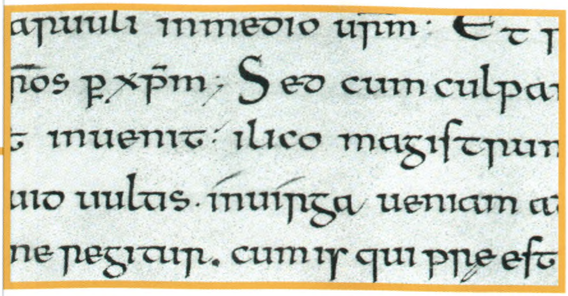
Cuối thế kỷ 6 SCN, chữ phỏng uncial bắt đầu phổ biến, đặc biệt là ở Ireland, nơi sinh sống của người Celt. Chữ phỏng uncial của người Celt (còn gọi là chữ phỏng uncial của người ở đảo) rất kinh tế do chiếm ít không gian hơn so với chữ uncial; ngoài ra, do hình dạng của các chữ cái có sự gia tăng về độ khác biệt nên chữ phỏng uncial cũng dễ đọc hơn (Hình 1-13). Khi tốc ký, người Celt cũng đã khởi xướng cách làm khác để tăng tính rõ ràng (legibility) cho chữ: Họ bắt đầu thêm khoảng cách vào giữa các từ (word spacing), nhằm giúp người đọc dễ dàng nhận biết vị trí bắt đầu và kết thúc của từ hơn.



Hình |1-13|

Chữ phỏng uncial của người ở đảo trong cuốn *The Book of Kells* (tạm dịch: *Sách của Kells*). *© Bộ sưu tập của Stapleton/CORBIS.*

Năm 789 SCN



Hình |1-14|

Chữ thường Carolingian, trang số 5 MS 28 (trang mặt sau). Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Chủ tịch và Ủy viên trường Cao đẳng Saint John Baptist trực thuộc trường Đại học Oxford.

Năm 789 SCN: Chữ thường Carolingian

Năm 789 SCN, Charlemagne - Hoàng đế đầu tiên của đế chế La Mã Thần thánh (Holy Roman Empire) đã cho tập hợp những người làm nghề tốc ký để chép lại các cuốn sách tôn giáo quan trọng, nhằm truyền bá tư tưởng trên khắp châu Âu. Dưới sự chỉ đạo của Charlemagne, lực lượng tốc ký này đã thiết lập các tiêu chuẩn đảm bảo chất lượng cho những cuốn sách mà họ tạo ra. Quy trình này bao gồm việc phát minh ra một bảng chữ cái chuẩn hóa bằng cách kết hợp các đặc điểm chữ phỏng uncial của người Celt với chữ hoa Latinh truyền thống, hoặc chữ hoa. Kết quả là, chữ thường (minuscule) Carolingian được tạo ra - đây chính là khởi nguồn trực tiếp của các chữ thường rất phổ biến mà chúng ta sử dụng ngày nay (Hình 1-14).

Năm 700 SCN: In khắc gỗ ở Trung Quốc

Đến thế kỷ 8 SCN, người Trung Hoa đã phát triển thành công phương pháp **in khắc trên gỗ (woodblock printing)**, hay **xylography (thuật khắc gỗ)** mà ngày nay vẫn được sử dụng. Các hình ảnh chạm nổi và chữ calligraphy được khắc lên những phiến gỗ, sau đó được tô mực. Người thợ in truyền mực vào giấy bằng cách đặt một mẩu giấy lên bề mặt chạm nổi được đổ mực, sau đó cọ xát mặt sau của tờ giấy. Một thợ in lành nghề có thể khắc được 200 vết của một thiết kế trong một giờ. Thuật khắc gỗ là một ví dụ về **kỹ thuật in nổi (relief printing)** - tức bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm trên bề mặt chạm nổi. Những ứng dụng đầu tiên của công nghệ in này bao gồm tiền giấy và quân bài, do vậy mà công chúng nhanh chóng được tiếp xúc với các vật liệu in như tiền tệ. Dần dần, tất cả các cuốn sách đều được tạo ra theo cách này, cuốn đầu tiên có dạng cuộn. Cuốn đầu tiên được in khắc gỗ là sách Phật giáo có tên Diamond Sutra (tức Kinh Kim Cang, còn gọi là Kinh Kim Cương) (Hình 1-15) do Vương Kiệt (Wang Jie) của Trung Quốc xuất bản năm 868 SCN.



Hình |1-15|

Cuốn sách in đầu tiên, *Diamond Sutra (Kinh Kim Cang)*. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh [fp Or.8210p2].

400 - 1450 SCN: THỜI KỲ TRUNG CỔ

Năm 1200 SCN: Sự phát triển của chữ viết thời kỳ Trung cổ

Năm 1200 SCN: Chữ Script loại blackletter

Theo thời gian, sự đắt đỏ của giấy da dê khiến người làm nghề tốc ký phải tiết kiệm bằng cách sử dụng các kiểu chế tác chữ (lettering) ngày càng hẹp hơn. Vào thế kỷ 13, các thiết kế Gothic châu Âu mang dáng vẻ nặng nề, cứng chắc, cao và hẹp ngang như đang vươn tới Thiên đàng. Những chữ Textura (thuộc typeface Script) đều đặn, hẹp ngang, góc cạnh và cứng chắc của thời kỳ Gothic thường được gọi là blackletter vì chúng đem lại cảm giác nặng nề cho mắt (Hình 1-16).



Hình |1-16|

Chữ Script loại blackletter Textura. © *Kho lưu trữ ảnh lịch sử (Historical Picture Archive)/CORBIS.*

Năm 1040 SCN: Chữ tháo lắp được sử dụng ở Trung Quốc

Khoảng năm 1040 SCN, một người đàn ông Trung Quốc tên là Tất Thăng (Pi Sheng) trở nên nổi tiếng vì làm chủ kỹ thuật chữ tháo lắp và có thể chính ông đã phát minh ra kỹ thuật này. Tất Thăng đóng tuần tự từng con dấu bằng đất sét để chạm nổi một ký tự Trung Quốc lên một tấm sắt được bôi sáp, sau đó sử dụng tấm sắt này như một bản khắc gỗ (woodblock) để in cả trang một lần duy nhất. Sau đó, các con dấu này có thể được gỡ ra và tái sử dụng cho những thiết kế tiếp theo. Công nghệ này đã không được phổ biến ở Trung Quốc, do số lượng ký tự Trung Quốc quá nhiều khiến việc sắp xếp các con dấu để tái sử dụng trở nên thiếu thực tiễn.



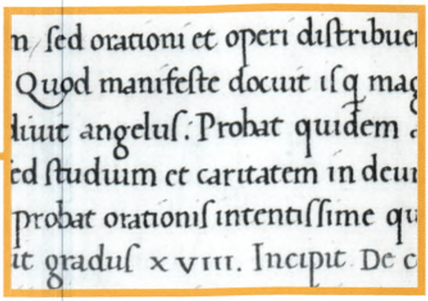
Hình |1-17|

Watermark (dấu nổi), 1484, Hà Lan, bộ sưu tập của Koninklijke Bibliotxheek.

Năm 1276 SCN: Watermark lần đầu xuất hiện

Năm 1276 SCN, nhà máy chế tạo giấy đầu tiên của châu Âu được thành lập ở Fabriano, Italia. Các binh sỹ Ả Rập ở Samarkand đã học được cách làm giấy từ những tù binh người Trung Quốc vào năm 751 SCN, sau đó kiến thức về quy trình làm giấy thủ công lan truyền từ Samarkand tới Italia vào thế kỷ 12. Nhà máy giấy Fabriano sử dụng máy móc chạy bằng sức nước để nghiền vải sợi thành bột tạo ra giấy, do đó giúp giá thành sản xuất giấy rẻ hơn rất nhiều. Cũng vào năm 1276, nhà máy giấy Fabriano trở thành nơi đầu tiên sử dụng watermark để phân biệt sản phẩm giấy mà họ tạo ra với giấy của những đối thủ khác mặc dù sau đó, các nhà máy giấy khác đã nhanh chóng học được ý tưởng này và tự chế tạo watermark riêng (Hình 1-17). **Watermark (dấu nổi)** là một kiểu trademark (nhãn hiệu thương mại) được lồng vào trong giấy viết loại tốt bằng cách đặt một thiết kế nổi vào trong khuôn giấy. Các thiết kế nổi này tạo ra những vùng có mật độ khác nhau trên giấy mà mắt thường có thể nhìn thấy khi đưa ra ngoài ánh sáng. Watermark, cùng với các dấu hiệu của thợ kim hoàn, là hai trong số những trademark đầu tiên được dùng để quảng bá nhận diện thương hiệu (brand recognition) thương mại. Ngày nay, nhiều nhà máy giấy vẫn sử dụng watermark trong các sản phẩm giấy viết của họ, dù chất lượng giấy đã tốt hơn.

Năm 1300 SCN



n ſed orationi et operi diſtribue
Quod manifeſte docuit iſq ma
liuit angeluſ. Probat quidem
ed ſtudium et caritatem in deu
probat orationiſ intentiſſime q
it graduſ x viii. Incipit. De c

Năm 1300 SCN: Chữ Script loại whiteletter

Vào thế kỷ 14, ở Italia và Nam Âu xuất hiện một phong cách chữ Script mới tên là whiteletter (Hình 1-18). Các chữ Script này phát triển từ chữ thường Carolingian, có nét mảnh hơn đáng kể, tròn hơn và ít hoa mỹ hơn so với chữ Script loại blackletter cùng thời.

Hình |1-18|

Chữ Script loại whiteletter trong cuốn *Epistola ad Acaceum* của Cyril of Alexandria, 1488 SCN. *Ảnh do Thư viện Pierpont Morgan, New York cung cấp [MS M 496, f.168V].*

Năm 1300 SCN: Công nghiệp in khuôn phát triển nở rộ

Đến năm 1300 SCN, công nghệ in khắc gỗ đã được các du khách, chủ yếu là thương gia hoặc binh sỹ lan truyền từ Trung Quốc sang châu Âu. Trong vòng 100 năm, các trò cờ bạc và du lịch là hai yếu tố thúc đẩy sự lan truyền rộng rãi của phương pháp in khắc gỗ trên khắp châu Âu. Các thợ in nhìn thấy lợi nhuận khi sản xuất tranh mộ đạo lưu niệm dành cho khách du lịch đến tham quan đền thờ và đánh bài phục vụ nhu cầu của dân chúng, do đó ngành công nghiệp in khuôn đã phát triển nở rộ.

Năm 1440 SCN: Những cuốn sách in đầu tiên ở châu Âu

Giữa thập niên 1440, các thợ in ở châu Âu bắt đầu sử dụng quy trình in khắc gỗ để in toàn bộ những cuốn sách dày từ 30 đến 50 trang (Hình 1-19). Văn bản và hình ảnh thường được cắt thành khối gỗ giống nhau phục vụ cho việc in, thường ở định dạng giống như các cuốn truyện tranh ngày nay. Các cuốn sách thường mang chủ đề tôn giáo, nhằm mục đích giáo huấn đạo lý và xóa mù chữ, song đã nhanh chóng trở thành công cụ giúp gia tăng lượng người biết đọc biết viết.

Thuật ngữ

in nổi (relief printing): bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm trên bề mặt chạm nổi.

thuật khắc gỗ (xylography): quy trình in nổi có các hình ảnh chạm nổi và chữ calligraphy được khắc lên những phiến gỗ, sau đó được tô mực.

watermark (dấu nổi): một kiểu trademark được lồng vào trong giấy viết loại tốt bằng cách đặt một thiết kế nổi vào trong khuôn giấy; những ký hiệu này có thể nhìn thấy được khi đưa giấy ra ngoài ánh sáng.



Hình |1-19|

Mộc thư (block book), *Apocalypsis Sancti Johannis* (tạm dịch: *Khải huyền về Thánh Gioan*), Đức, năm 1470 SCN. © *Bộ sưu tập của Lessing J. Rosenwald, Thư viện Quốc hội Mỹ, Washington, D.C. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của cơ quan nắm giữ bản quyền.*

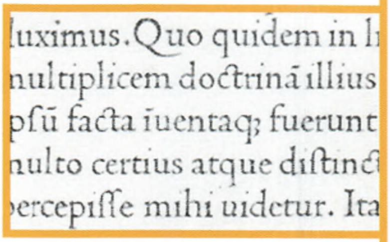
1450 - 1650 SCN — THỜI KỲ PHỤC HƯNG

Sự phát triển của typeface thời kỳ Phục hưng — 1470 SCN

Thời kỳ Phục hưng (Renaissance) kéo dài từ thế kỷ 14 đến thế kỷ 15 là quãng thời gian phát triển hưng thịnh về nghệ thuật và khoa học ở châu Âu. Sự phát triển này một phần được kích thích bởi việc phát minh ra những công nghệ in ấn giúp mở mang hiểu biết về văn học và văn hóa. Phục hưng có nghĩa đen là "tái sinh" ("rebirth"), và đây thực sự là quãng thời gian hồi sinh lại lần nữa của người châu Âu - từ thế giới quan chủ yếu dựa vào mê tín dị đoan sang một thế giới quan mới dựa trên lý luận khoa học. Thời kỳ Phục hưng cũng là quãng thời gian tái sinh của nghệ thuật, của việc nghiên cứu tư tưởng cổ điển ở người Hy Lạp, người La Mã và của niềm đam mê học hỏi. Sự quan tâm trở lại của công chúng đối với nghệ thuật và thiết kế Hy Lạp cũng như La Mã cổ đã thúc đẩy nhu cầu sử dụng chữ Script loại whiteletter ngày càng tăng trên khắp châu Âu.

Năm 1470 SCN: Chữ Humanist

Năm 1470, Nicolas Jenson đã tạo ra một typeface có độ rõ ràng rất cao dựa trên chữ Script loại whiteletter mà những người làm nghề tốc ký tại Italia đang sử dụng (Hình 1-20). Typeface của Jenson và những typeface tương tự khác được gọi là typeface Humanist, vì chúng dựa trên chữ viết tay của những người làm nghề tốc ký ở Italia. Bản khôi phục ở định dạng kỹ thuật số của các typeface Humanist được trình bày từ trang 83 đến 90 trong Chương 3.


luximus. Quo quidem in l
nultiplicem doctrinā illius
pſũ facta iuentaq; fuerunt
nulto certius atque diſtinc
ercepiſſe mihi uidetur. Ita

Hình |1-20|

Chữ Humanist được in bởi Nicolas Jenson, năm 1470 SCN, Eusebius Pamphili, *De evangelica praeparatione*, Venice. *Ảnh do Thư viện Quốc hội, Washington, D.C. cung cấp*

Năm 1455 SCN: Chữ tháo lắp được sử dụng ở châu Âu

Cuốn Kinh Thánh (Bible) 42 dòng của Johannes Gutenberg trở thành cuốn sách đầu tiên ở châu Âu được in bằng công nghệ chữ tháo lắp vào năm 1455 (Hình 1-21). Gutenberg, người từng sinh sống ở Mainz (Đức), đã làm việc cần mẫn suốt hai thập niên để phát minh ra một chiếc máy in chức năng hữu dụng với những chữ cái tái sử dụng có khả năng thay thế và các loại mực phù hợp cho quy trình in. Máy in của Gutenberg dựa trên công nghệ ép rượu thời bấy giờ (Hình 1-22). Công nghệ in của Gutenberg được sử dụng trong suốt 400 năm tiếp theo, chỉ với một chút sửa đổi và cải tiến nhỏ.

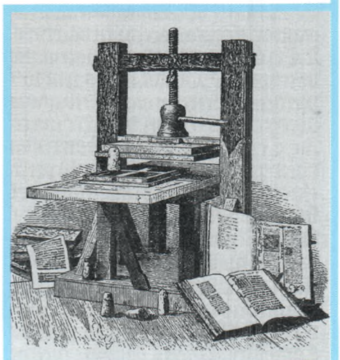


Hình |1-21|

Cuốn Kinh Thánh 42 dòng của Gutenberg. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh [C.9.d.3].

Hình |1-22|

Máy in của Gutenberg.



Năm 1455 SCN — **Các tiến bộ công nghệ thời kỳ Phục hưng**

Năm 1500 SCN



Hình |1-23|

Tác phẩm Champs Fleury của Geofroy năm 1529. *© Bản quyền năm 2004 thuộc về Bộ sưu tập Lessing J. Rosenwald, Thư viện Quốc hội Mỹ. Ảnh do Octavo* (www.octavo.com) *chụp và được sử dụng với sự cho phép.*

Năm 1500 SCN: Các typeface Old Style và xưởng đúc độc lập đầu tiên

Suốt thế kỷ 16, các typeface mới thanh thoát, rõ ràng hơn dựa trên typeface Humanist được thiết kế và sử dụng rộng rãi ở Pháp. Dần dần, những typeface này, được gọi là typeface Old Style, trở thành tiêu chuẩn ở châu Âu và châu Mỹ (Tân thế giới). Hai nhà thiết kế đã có công phát triển và phổ biến các typeface này là Geofroy Tory và Claude Garamond. Tory là nhà thiết kế, nhà sáng tác, nhà điêu khắc đồng thời là một thợ in khuôn nổi - một con người đa tài, một "người Phục hưng" đúng nghĩa. Ông đã thiết kế và giúp phổ biến các typeface Old Style bằng cách sử dụng rộng rãi những typeface này trong xưởng in riêng của mình. Champs Fleury (tạm dịch: Cánh đồng hoa), cuốn sách rất phổ biến của Tory ra đời năm 1529 khẳng định rằng, các chữ hoa La Mã được dựa trên những tỷ lệ lý tưởng hóa của cơ thể con người (Hình 1-23). Năm 1530, Claude Garamond thành lập xưởng đúc chữ độc lập đầu tiên không liên kết với bất cứ xưởng in nào khác. Ông đã phổ biến các typeface Old Style thông qua việc bán các typeface của mình cho những xưởng in khác trên khắp châu Âu. Tham khảo từ trang 93 đến 101 của Chương 3 để quan sát bản khôi phục ở định dạng kỹ thuật số của các typeface Old Style.

Năm 1455 SCN: Ấn phẩm khổ rộng

Một trong những ứng dụng sớm nhất của chữ tháo lắp là in các ấn phẩm báo chí khổ rộng (broadside) đơn trang được đăng tải, hoặc phân phát dưới dạng tờ rơi và ấn phẩm khổ rộng (broadsheet) chứa các mục tin tức trên cả hai mặt, thậm chí có thể được gấp lại. Tuy không được in đều đặn, song các ấn phẩm khổ rộng chính là tiền thân của báo chí, poster (áp phích), tờ rơi quảng cáo (flyer) và brochure (sách nhỏ quảng cáo).

Năm 1461 SCN: Sự phát triển của ngành công nghiệp in ấn ở châu Âu

Thời kỳ giữa năm 1455 và 1500 đánh dấu sự chuyển dịch từ bản thảo viết tay (manuscript) sang sách in trên toàn châu Âu. Sách được tạo ra trong thời kỳ này được gọi là **incunabula** (**những cuốn sách in đầu tiên**) - trong tiếng Latinh có nghĩa là "cái nôi ("cradle") hay "thuở sơ khai" ("swaddling cloth"), bởi chúng được tạo ra trong giai đoạn "trứng nước" của ngành công nghiệp in ấn. Cho tới năm 1461, châu Âu có rất ít xưởng in ngoài xưởng in ở Mainz (Đức). Tuy nhiên, cùng năm đó, xưởng in ở Mainz đã bị các binh lính cướp phá và thiêu rụi trong một cuộc giao tranh giữa hai Tổng Giám mục, và rất nhiều người dân Mainz, trong đó có cả các thợ in đã rời bỏ quê hương tới những vùng đất khác ở châu Âu. Sự kiện này đã thúc đẩy sự lan truyền của công nghệ in chữ tháo lắp trên khắp châu Âu. Năm 1470, cả châu Âu mới có 14 xưởng in; song chỉ 30 năm sau, hơn 200 thành phố của châu Âu đã có xưởng in và ngày càng có nhiều xưởng in được lập ra trên toàn thế giới.

Năm 1465: Phương pháp in chìm phát triển

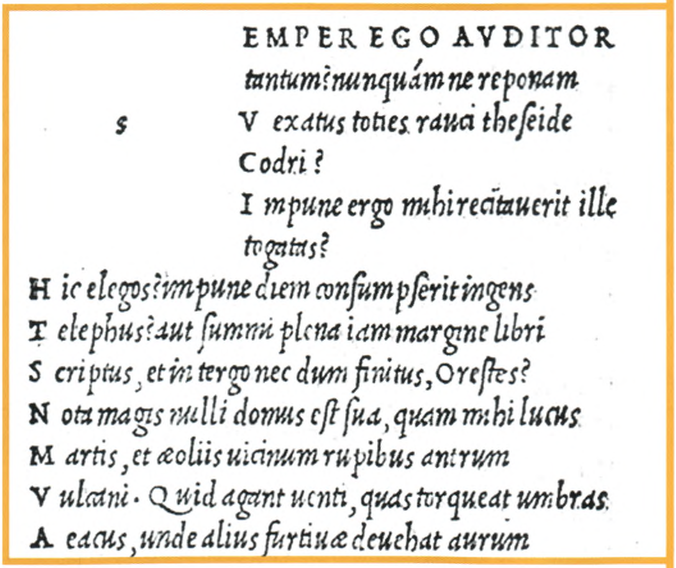
Khoảng năm 1465 SCN, người Pháp bắt đầu áp dụng quy trình in chìm. **In chìm** (**intaglio**) là quy trình in ấn có mực nằm bên dưới bề mặt bản khắc (plate). Ban đầu, người ta tạo các vết khắc ngòi khô (drypoint engraving) - nghĩa là họ sẽ khắc hình ảnh lên một tấm đồng, xoa mực vào những rãnh này, sau đó ấn giấy lên tấm đồng để truyền mực. Việc khắc thành các rãnh trên bề mặt tấm kim loại rất khó khăn, do đó người ta nhanh chóng phát triển những phương pháp khắc đơn giản hơn. Ví dụ, quy trình khắc axit (etching) bao gồm phủ một lớp sáp bảo vệ lên tấm kim loại, sau đó khắc thiết kế lên lớp sáp rồi đặt tấm kim loại vào bồn axít. Axít sẽ ăn mòn và tạo thành các rãnh ở những vị trí không có lớp sáp bảo vệ. Khắc axít và các phương pháp khắc khác đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của thiết kế chữ, bởi chúng cho phép tạo ra những nét mịn hơn so với quy trình in nổi.

1450 - 1650 SCN: THỜI KỲ PHỤC HƯNG

Năm 1500 SCN: Sự phát triển của typeface thời kỳ Phục hưng

Năm 1500 SCN: Typeface kiểu italic đầu tiên

Khoảng năm 1500 SCN, typeface kiểu italic (nghiêng) đầu tiên đã được Francesco Griffo tạo ra theo đặt hàng của Aldus Manutius (Hình 1-24). Mục đích của typeface kiểu italic này là để mô phỏng chữ viết bản địa của người Italia và tối ưu không gian trên trang để nhà xuất bản có thể bán cuốn sách mới với kích thước bỏ được vào túi. Kiểu dáng của typeface kiểu italic này không giống với bất kỳ typeface nào khác hiện có, nó là một typeface riêng biệt và độc lập.


EMPER EGO AVDITOR
tantum? nunquám ne reponam
V exatus toties rauci theseide
Codri?
I mpune ergo mihi recitauerit ille
togatas?
H ic elegos? impune diem consumpserit ingens
T elephus? aut summi plena iam margine libri
S criptus, et in tergo nec dum finitus, Orestes?
N ota magis nulli domus est sua, quam mihi lucus
M artis, et æoliis uicinum rupibus antrum
V ulcani. Quid agant uenti, quas torqueat umbras
A eacus, unde alius furtiuæ deuehat aurum

Hình |1-24|

Typeface kiểu italic đầu tiên, trang cắt từ cuốn *Juvenal and Persius* (tạm dịch: *Juvenal và Persius*), do Aldus Manutius đặt hàng, khắc bởi Francesco Griffo, năm 1501 SCN, Staatliche Museen. *Ảnh do Bildarchiv Preussischer Kulturbesitz/Art Resource, New York cung cấp.*

Thuật ngữ

in chìm (intaglio): bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm bên dưới bề mặt của bản khắc.

incunabula (những cuốn sách in đầu tiên): thuật ngữ chỉ các cuốn sách được tạo ra trong thời kỳ chuyển đổi từ bản thảo viết tay sang sách in; tiếng Latinh có nghĩa là "cái nôi ("cradle") hay "thuở sơ khai" ("swaddling cloth").

Năm 1557 SCN: Typeface Script

Năm 1557, typeface Script đầu tiên dựa trên kiểu chữ thảo (cursive handwriting) đã được Robert Granjon ở Pháp tạo ra, ông gọi đó là typeface *nghệ thuật chữ thủ công francoise (lettre francoise d'art de main)*. Tuy nhiên, kiểu chữ duyên dáng này được biết đến với tên gọi Civilité (lễ nghi) vì nó được ứng dụng lần đầu trong cuốn sách thiếu nhi *La Civilité puerile* (tạm dịch: *Dạy trẻ học lễ nghi*). Mục đích của Granjon là muốn typeface này trở thành một phiên bản Pháp của kiểu chữ italic Italia đang phổ biến ở châu Âu lúc bấy giờ. Tuy nhiên, về sau chữ *Civilité* không được sử dụng nữa do không thể sánh được với tính rõ ràng ở mức cao của các chữ kiểu italic.

1650 - 1765 SCN | **THỜI KỲ KHAI SÁNG**

Sự phát triển của typeface thời kỳ Khai sáng | **Năm 1692 SCN**

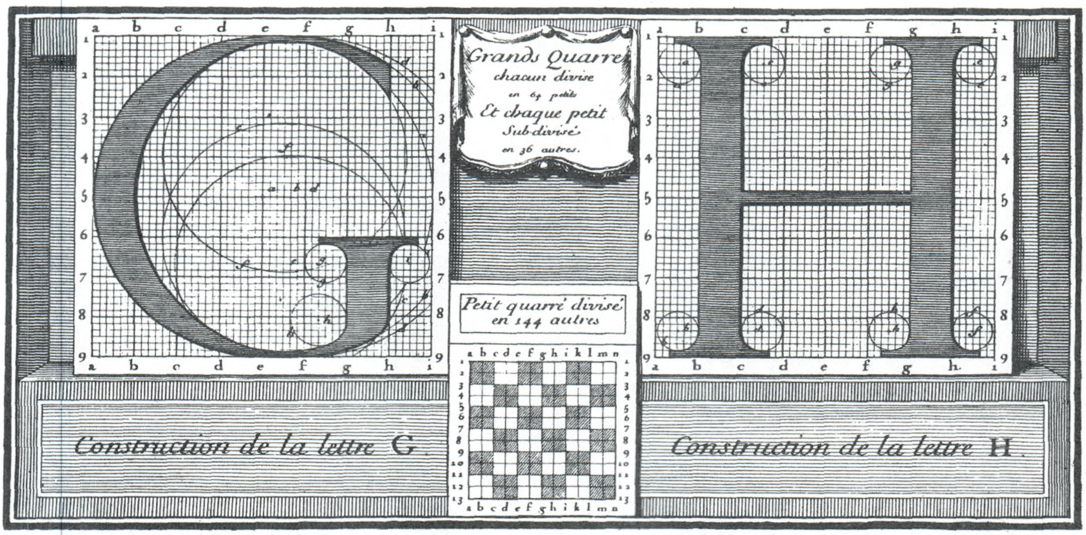
Thế kỷ 18 được gọi là "Thời kỳ Khai sáng" ("Age of Enlightenment") vì con người thời bấy giờ đi theo những lý luận tiến bộ, lôgíc và khoa học. Họ cũng đặt nghi vấn về tính trung thực của thể chế, truyền thống và chính quyền hiện thời. Sự xuất hiện của những quan niệm và triết lý mới liên quan tới khái niệm về bản chất con người và xã hội đã mở đường cho quá trình dân chủ hóa, quốc tế hóa diễn ra sau đó. Về nghệ thuật và thiết kế thời kỳ này, chúng ta thấy sự chuyển dịch từ các tác phẩm mang chủ đề tôn giáo sang chủ đề về bản chất con người, phong cách lối sống cũng như kinh nghiệm văn hóa.

Năm 1692 SCN: Sự bắt đầu của typeface Transitional

Năm 1692, Vua Louis XIV đã đặt hàng một typeface mới với ý định sử dụng riêng cho Tòa án Hoàng gia. Kết quả là, chữ Roman du Roi do Philippe Grandjean cắt ra đời và được sử dụng lần đầu năm 1700 trong các *tấm huy chương in hình Vua Louis XIV*. Typeface này được thiết kế thông qua các công cụ soạn thảo và hệ thống ô lưới (grid) toán học (Hình 1-25). Sự xuất hiện của typeface Roman du Roi đánh dấu sự bắt đầu sử dụng các typeface Transitional với tính chính xác gia tăng, mức tương phản cao hơn giữa phần dày với phần mảnh của các ký tự, cùng với đó là một hướng nhấn nét (angle of stress) đối xứng và thẳng đứng, phản ánh những cải tiến cũng như thay đổi về công nghệ. Thuật chạm khắc (engraving), vốn đã trở thành một phương tiện phổ biến để tạo ra các tài liệu như ấn phẩm khổ rộng và poster, đã khởi đầu một xu hướng nhắm tới sự tinh tế hơn của các nét hairline (nét phụ). Sự phát triển của kỹ thuật đúc chữ (type casting) cho phép in ra những mẫu nổi đẹp hơn mà không bị vỡ, trong khi những thay đổi về tạo hình ngòi bút giúp cho các hướng nhấn nét trong các letterform viết tay trở nên thẳng hơn. (Các nét và hướng nhấn nét sẽ được đề cập chi tiết hơn ở Chương 2).

Hình |1-25|

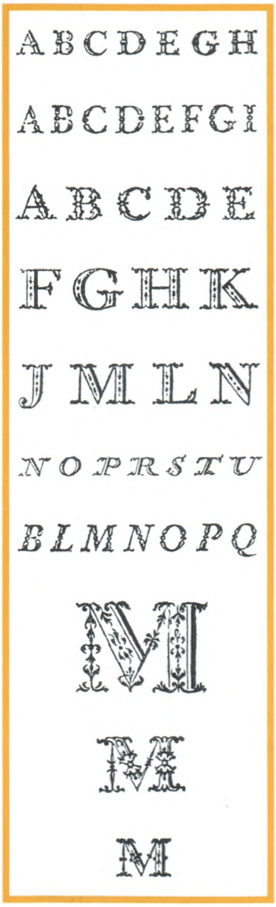
Typeface Roman du Roi do Philippe Grandjean tạo ra năm 1700 SCN, trích từ cuốn *Printing Types* (tạm dịch: *Chữ trong in ấn*) của Alexander Lawson. *© Bản quyền năm 1971 của Alexander Lawson. In lại dưới sự cho phép của Nhà xuất bản Beacon, Boston.*



Các tiến bộ công nghệ thời kỳ Khai sáng

1650 - 1765 SCN: THỜI KỲ KHAI SÁNG

Năm 1720 SCN: Sự phát triển của typeface thời kỳ Khai sáng



Hình |1-26|

Các typeface Rococo do Founier le Jeune tạo ra, *Manuel Typographique* (tạm dịch: *Sách về kỹ thuật in máy*), 1764.


A SPECIMEN

By W. CASLON, Letter-Founder, in Ironmonger-Row, Old-Street, LONDON.

ABCD
ABCDE
ABCDEFG
ABCDEFGHI
ABCDEFGHIJK
ABCDEFGHIJKL
ABCDEFGHIKLMN

French Cannon.
Quousque tandem abutere, Catilina, pati-
Quousque tandem

Double Pica Roman.
Quousque tandem abutere, Catilina, patientia nostra? quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem sese effrenata jactabit audacia?
ABCDEFGHJIKLMNOP

Double Pica Italick.
Quousque tandem abutere, Catilina, patientia nostra? quamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem ad finem sese effrenata jac-
ABCDEFGHJIKLMNO

Năm 1720 SCN: Phong cách Rococo

Phong cách Rococo rất phổ biến ở Pháp khoảng từ năm 1720 đến 1770. Đó là một phong cách đậm tính hoa mỹ, chứa rất nhiều nét và họa tiết trang trí phản ánh thị hiếu của tầng lớp quyền lực về một lối sống sang trọng, tiện nghi, vô lo vô nghĩ. Có thể thấy rõ tác động của phong cách Rococo đối với chữ và ngành in trong các layout cũng như typeface trang trí của Pierre Simon Fournier le Jeune (Hình 1-26).

Hình |1-27|

Bảng mẫu typeface đầu tiên của Caslon, năm 1734, do Thư viện Anh cấp phép [C.180 ff.4(2)].

Năm 1720 SCN: Willliam Caslon thành lập xưởng đúc chữ tại Anh

Năm 1720, trùng với thời điểm các typeface Transitional đang phổ biến ở châu Âu, William Caslon đã thành lập một xưởng đúc chữ tại Anh. Mặc dù thời bấy giờ, các thiết kế chữ mang phong cách Old Style của Caslon không quá mới mẻ hay thời thượng song vẫn được sử dụng rộng rãi ở Anh, do giới hạn của luật kiểm duyệt khắt khe thập niên 1600 khiến số lượng thợ cắt khuôn chữ rất ít. Chế độ thực dân Anh đã giúp truyền bá việc sử dụng các typeface của Caslon sang những quốc gia khác trên thế giới, điều này đã đưa chúng trở thành một tiêu chuẩn toàn cầu. Bảng mẫu typeface đầu tiên do Caslon tạo ra năm 1734 được minh họa ở Hình 1-27.

Năm 1737 SCN: Hệ thống đo lường kích cỡ chữ

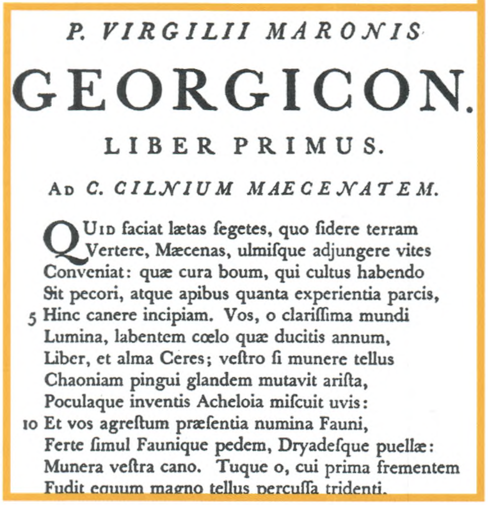
Khi các thợ in ngày càng chuộng việc mua font từ những xưởng đúc chữ thay vì tự mình chế tạo, nhu cầu về một kiểu tiêu chuẩn hóa kích thước chữ trở nên cấp thiết. Năm 1737, Pierre Simon Fournier le Jeune lần đầu đưa ra một hệ thống đo lường kích cỡ chữ được chuẩn hóa gọi là Hệ thống đo lường kích cỡ chữ Fournier (Fournier Type Measurement System). Sau đó, Fournier đã áp dụng phương pháp này bằng việc xây dựng họ chữ (type family) đầu tiên - tập các ký tự của một typeface riêng được cắt với nhiều kích cỡ khác nhau. Những kích thước khác nhau của cùng một typeface có thể được kết hợp với nhau nhằm tạo ra các layout đem lại cảm giác thống nhất. Để giúp hệ thống đo lường của mình được chấp nhận, Fournier đã dựa trên các kích thước chữ thông dụng thời bấy giờ thay vì dựa vào bất cứ tỷ lệ đo lường nào có sẵn. Khi đơn vị foot của người Pháp chiếm ưu thế, sự thiếu tương thích này của hệ thống đo lường do Fournier đưa ra đã khiến các thợ in cảm thấy thất vọng.

Năm 1737 SCN

Năm 1757 SCN

Năm 1757 SCN: John Baskerville phát triển các typeface Transitional

Nói đến sự phát triển của các typeface Transitional trong giai đoạn từ 1757 tới 1775, chúng ta không thể không nhắc đến John Baskerville của nước Anh. Baskerville yêu thích và tham gia vào tất cả các khía cạnh của việc làm sách; ông thiết kế và cắt chữ, in sách, cải tiến quy trình in ấn và làm giấy. Các thiết kế typeface của Baskerville phát huy xu hướng nâng cao sự tinh tế và cơ giới hóa của những typeface đã được thiết lập bởi typeface Transitional Roman du Roi, đồng thời tăng cường sự tương phản giữa các phần mảnh với phần dày của chữ (Hình 1-28). Tham khảo từ trang 106 đến 107 của Chương 3 để tìm hiểu thêm về các kiểu chữ trong những typeface do Baskerville sáng tạo được phục hồi dưới dạng kỹ thuật số.


P. VIRGILII MARONIS

GEORGICON.

LIBER PRIMUS.

AD *C. CILNIUM MAECENATEM.*

QUID faciat lætas ſegetes, quo ſidere terram
Vertere, Mæcenas, ulmiſque adjungere vites
Conveniat: quæ cura boum, qui cultus habendo
Sit pecori, atque apibus quanta experientia parcis,
5 Hinc canere incipiam. Vos, o clariſſima mundi
Lumina, labentem cœlo quæ ducitis annum,
Liber, et alma Ceres; veſtro ſi munere tellus
Chaoniam pingui glandem mutavit ariſta,
Poculaque inventis Acheloia miſcuit uvis:
10 Et vos agreſtum præſentia numina Fauni,
Ferte ſimul Faunique pedem, Dryadeſque puellæ:
Munera veſtra cano. Tuque o, cui prima frementem
Fudit equum magno tellus percuſſa tridenti,

Hình |1-28|

Latin Virgil (tạm dịch: *Khởi nguyên của chữ Latinh*), do John Baskerville in năm 1757 SCN, trích từ cuốn *Printing Types* (tạm dịch: *Chữ trong in ấn*) của Alexander Lawson. © *Bản quyền năm 1971 của Alexander Lawson. In lại với sự cho phép của Nhà xuất bản Beacon, Boston.*

Một vấn đề khác là quy ước đặt tên mà Fournier đã dùng để xác định kích thước chữ thường được đặt theo tên tác phẩm mà tại đó, chúng xuất hiện lần đầu; tên của các kích thước chữ có vẻ tùy tiện, khó hiểu, không chỉ rõ được mối liên hệ giữa những kích thước chữ này với nhau.

Năm 1785, Francoise Ambroise Didot đã cải tiến Hệ thống đo lường chữ của Fournier bằng cách sửa đổi kích thước point (điểm) tiêu chuẩn cho phù hợp với kích thước inch của Hoàng gia Pháp (kích thước inch này lớn hơn kích thước inch của Anh một chút; trong đó, 1 inch Anh = 2,54 cm). Điều này giúp các thợ in dễ dàng dung hòa giữa kích thước tiêu chuẩn của chữ với kích thước tiêu chuẩn của giấy hơn, do hai thông số này đều được đo bằng kích thước foot và inch của Pháp. Hệ thống đo lường của Didot cũng dễ sử dụng hơn hệ thống của Fournier, do quy ước đặt tên kích thước chữ theo ý chủ quan của Fournier được thay thế bằng các con số cho biết kích thước point thực sự. Hệ thống kích thước point của Didot (Didot Point System) nhanh chóng trở nên phổ biến và hiện vẫn được sử dụng hầu như khắp châu Âu.

Các nước nói tiếng Anh như Anh quốc và Mỹ sử dụng kích thước foot Anh làm đơn vị đo lường tiêu chuẩn, đơn vị này nhỏ hơn một chút so với đơn vị foot của Pháp (1 foot Anh = 30,48 cm). Thang đo kích thước point của Mỹ (America Point Scale) do Hiệp hội Xưởng đúc chữ Mỹ (U.S Type Founders Association) thông qua năm 1886 dựa trên đơn vị foot Anh thay vì đơn vị foot của Pháp và cũng tương quan với hệ mét (metric system). Thang đo kích thước point của Mỹ đã định nghĩa lại 1 point bằng 1/72.27 của 1 inch Anh.

Một sự phát triển gần đây về hệ thống đo kích thước chữ là việc sửa đổi Thang đo kích thước point của Mỹ thành Thang đo kích thước point PostScript (PostScript Point Scale). Hầu hết chương trình máy tính đều sử dụng Thang đo kích thước point PostScript, trong đó kích thước của 1 point được làm tròn *chính xác bằng 1/72* của 1 inch, nhằm giúp đơn giản hóa việc chuyển đổi giữa đơn vị point và inch. Do được sử dụng trong các chương trình máy tính trên diện quốc tế, nên Thang đo kích thước point PostScript đã trở nên phổ biến khắp thế giới.

Năm 1750 SCN: Quy trình ép nóng phủ lên bề mặt giấy

Khoảng giữa thập niên 1750, John Baskerville đã phát triển thành công quy trình ép nóng (hot press) phủ lên bề mặt giấy để gia tăng độ phẳng. Baskerville muốn các ấn bản của mình trông trang nhã và sang trọng, nên đã phát triển một quy trình bí mật có thể làm nhẵn bề mặt của giấy, có lẽ bằng cách ép giấy giữa hai tấm đồng được đánh bóng rồi tăng nhiệt, hoặc giữa các con lăn bằng đồng. Baskerville cũng phát triển một loại mực in mới sẫm và bóng hơn bằng cách thêm muội đèn vào hỗn hợp dầu hạt lanh với nhựa thông.

1765 SCN - 1900 SCN

THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1784 SCN

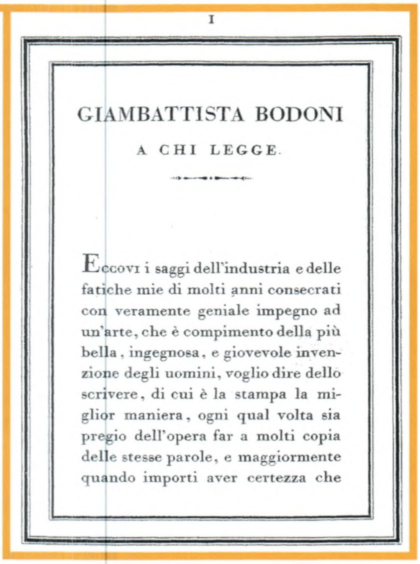
Năm 1765, sự phát minh ra động cơ hơi nước đầu tiên của Jame Watt đến từ Scotland đã đánh dấu bước khởi đầu của cuộc Cách mạng Công nghiệp (Industrial Revolution), thời kỳ mà sự cơ giới hóa và công nghiệp hóa diễn ra rất nhanh chóng ở châu Âu và Mỹ. Các công nghệ mới như động cơ hơi nước, bóng đèn điện, điện thoại và máy dệt đã tạo ra sự biến động lớn ở nhiều quốc gia. Việc sản xuất hàng hóa nhanh chóng được cơ giới hóa, thế giới chứng kiến sự dịch chuyển lớn từ nền kinh tế nông nghiệp sang nền kinh tế công nghiệp. Mọi người di chuyển từ nông thôn ra thành phố tìm việc làm trong các xưởng sản xuất hàng loạt, việc phân chia lao động theo dây chuyền giúp giảm giá thành và làm cho sản phẩm được phổ biến rộng rãi. Nền kinh tế đã chuyển quyền lực từ chế độ quân chủ và sở hữu đất đai sang chế độ tư bản và công ty; kết quả là, rất nhiều quốc gia trải qua giai đoạn dân chủ hóa ngày càng tăng. Người dân thường bỗng nhiên được quyền mua sắm và có nhiều sản phẩm để lựa chọn. Con người được trao quyền linh động và chi tiêu, họ nổi dậy chống lại sự đầu cơ của cải, tài nguyên cũng như quyền lực được cổ vũ bởi các phong cách thẩm mỹ xa hoa như Rococo, Gothic và Baroque. Bên cạnh đó, những khai quật khảo cổ trong và xung quanh Roma suốt thập niên 1790 đã làm sống dậy thị hiếu nơi công chúng về sự trang nhã cổ điển của người La Mã và Hy Lạp cổ đại. Vòng quanh thế giới, con người đã thiết lập tầm nhìn mới về tương lai và một thẩm mỹ typography cơ giới hóa mới để thể hiện tầm nhìn đó. Mặc dù ban đầu, cuộc Cách mạng Công nghiệp làm giảm tỷ lệ biết chữ, do nhu cầu lao động trẻ em trong các nhà máy tăng cao đồng nghĩa với việc có rất ít trẻ em đến trường, song việc ban hành các điều luật lao động trẻ em và điều luật bắt buộc phải đi học đã giúp tỷ lệ biết đọc biết viết tăng trở lại.

Những tiến bộ công nghệ từ cuộc Cách mạng Công nghiệp đã đem lại một thời kỳ mới hiện đại, tràn đầy tiện nghi và cách tân. Trong lĩnh vực nghệ thuật thị giác, những phương pháp sản xuất và vật liệu mới đã tác động đến hình thức, số lượng cũng như chất lượng của các sản phẩm thương mại ngày càng được sản xuất hàng loạt nhiều hơn. Tuy nhiên, con người thời kỳ đó phải thích nghi với những thay đổi về kinh tế, xã hội, môi trường và thẩm mỹ trong thời gian khá ngắn. Một số người đón nhận và hưởng ứng các thay đổi này, trong khi một số khác lại tiếc nuối trước sự mất mát của những phẩm chất và cá tính đã phải hy sinh để đánh đổi lấy thứ gọi là sự phát triển. Các phong cách thiết kế xuất hiện vào đầu thời kỳ này cho thấy con người đang cố gắng ứng phó và làm cho đời sống công nghiệp hóa với cuộc sống của họ trở nên hài hòa.

Năm 1784 SCN: Các typeface Modern, Firmin Didot và Giambattista Bodoni

Năm 1784, Firmin Didot ở Pháp đã tạo ra typeface hiện đại đầu tiên - một font ấn tượng với các serif mảnh, có độ tương phản cao và một hướng nhấn nét thẳng đứng. Ngay sau đó, ở Italia, một nhân vật theo thuyết cầu toàn đầy tài năng tên là Giambattista Bodoni đã bắt đầu tạo ra các typeface thể hiện sự ngưỡng vọng của mình với tác phẩm của Didot. Các typeface cơ giới hóa đơn giản mà Bodoni tạo ra được làm từ những phần có thể thay thế lẫn nhau, phản ánh hơi hướng thời đại cơ khí lúc bấy giờ. Các typeface của Bodoni có hướng nhấn nét thẳng đứng mạnh mẽ, cùng với đó là độ tương phản cao giữa phần mảnh với phần dày cũng như phần ngắn và dài của chữ, do vậy để lại tỷ lệ khoảng hở lớn. Bodoni cũng thiết lập các khoảng lề (margin) rộng và khoảng cách phong phú (ample) cho văn bản của ông, nhằm tạo cảm giác thoáng đãng, hiện đại.

Cả Bodoni lẫn Didot đều có mối liên hệ với tòa án nước mình và thành danh trong cuộc đời của họ. Các typeface của Bodoni và Didot đều được công nhận, mô phỏng rộng rãi. Những typeface tương tự typeface của Bodoni và Didot với vẻ ngoài mạnh mẽ, độ tương phản cao giữa các phần mảnh với phần dày, phần ngắn với phần dài, được gọi là typeface Modern. Tên gọi này có thể gây khó hiểu cho sinh viên, do từ "hiện đại" thường được dùng để chỉ phong trào Nghệ thuật hiện đại (Modern Art movement) của thế kỷ 20. Tuy nhiên, khi nói đến họ typeface Modern, chúng ta đang đề cập đến các typeface La Mã thưa thớt, gây ấn tượng mạnh, giống như typeface của Bodoni và Didot, những typeface mở đầu thời kỳ Hiện đại (Modern age) đầu thế kỷ 19. Sau khi Bodoni qua đời vào năm 1813, vợ ông đã xuất bản cuốn *Manuale Tipografico* (tạm dịch: *Sổ tay Typography*) của ông vào năm 1818 (Hình 1-29). Cuốn sách này bao gồm 300 typeface do Bodoni thiết kế. Bạn có thể tham khảo các typeface Modern được phục hồi dưới định dạng kỹ thuật số từ trang 115 đến 122 ở Chương 3.



I

GIAMBATTISTA BODONI

A CHI LEGGE.

Eccovi i saggi dell'industria e delle fatiche mie di molti anni consecrati con veramente geniale impegno ad un'arte, che è compimento della più bella, ingegnosa, e giovevole invenzione degli uomini, voglio dire dello scrivere, di cui è la stampa la miglior maniera, ogni qual volta sia pregio dell'opera far a molti copia delle stesse parole, e maggiormente quando importi aver certezza che

Hình |1-29|

Cuốn *Manuale Tipografico* do Giambattista Bodoni viết, xuất bản năm 1818.

Hình |1-31|

Bộ sưu tập hộp thiếc quảng cáo thương hiệu được in thạch bản ở thế kỷ 19 và 20. Bộ sưu tập cá nhân, Thư viện Nghệ thuật Bridgeman.





Hình |1-30|

Phiến đá in thạch bản chứa hình ảnh do Michael Twyman cung cấp, *Early Lithographed Books* (tạm dịch: *Những cuốn sách được in thạch bản thời kỳ đầu*), 1990.

Năm 1796 SCN: Phát minh ra phương pháp in thạch bản

Năm 1796, Aloys Senefelder thuộc xứ Bavaria đã phát triển một phương pháp in hoàn toàn mới gọi là **in thạch bản (lithography)** dựa trên việc xử lý đá vôi để hút mực vào một số vị trí, sau đó đẩy mực lên các chất liệu khác (Hình 1-30). In thạch bản là quy trình **in phẳng (planographic printing)**, nghĩa là mực nằm trên một bề mặt phẳng trơn nhẵn thay vì trên bề mặt nổi như trong phương pháp in nổi (relief printing) hay trên các rãnh chìm ở kỹ thuật in chìm (intaglio). Quy trình in thạch bản đem đến cho nhà thiết kế sự tự do mới bởi giờ đây, họ có thể dễ dàng tái tạo các hình ảnh và letterform được vẽ với đầy đủ sắc thái màu mà không cần quan tâm tới cấu trúc của khuôn chữ, chi phí hay sự bất tiện của công việc chạm khắc. Dần dần, sự phát triển liên tục của quy trình in thạch bản đã cho phép tạo ra các tờ in thạch bản màu, thậm chí là các tờ in thạch bản ảnh chụp. Quy trình in thạch bản offset do Robert Barclay và John Doyle Fry của Anh phát minh năm 1875 được sử dụng lần đầu là in trên thiếc để sản xuất hộp bao bì (Hình 1-31). Đầu thập niên 1900, máy in offset dùng cho giấy đã được phát triển, có thể in những hình ảnh đầy đủ sắc màu, sử dụng các màu chồng (process color) với tốc độ cao và giá thành rẻ. Máy in offset đã trở thành tiêu chuẩn trong ngành in ấn thương mại và hiện vẫn được sử dụng rộng rãi.

1765 SCN - 1900 SCN: THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1810 SCN: Sự phát triển của chữ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp



Năm 1810 SCN: Các typeface Display

Do quá trình công nghiệp hóa tăng cao vào cuối thế kỷ 18 đầu thế kỷ 19, nên số lượng sản phẩm để trao đổi mua bán rất phong phú, đa dạng. Bên cạnh đó, phương pháp làm giấy tự động đã khiến giấy trở thành một mặt hàng bình dân phổ biến, dẫn đến sự bùng nổ chưa từng có của ngành quảng cáo. Để làm cho các mẩu quảng cáo của mình nổi bật hơn so với đối thủ, nhà quảng cáo muốn dùng những typeface đậm, lớn, mang phong cách trang trí cho phần tiêu đề/đầu đề khổ lớn (typeface Display). Trong số đó, có thể kể đến những typeface mới lạ như typeface Fat đầu tiên, typeface nổi khối (three-dimensional) đầu tiên, typeface Egyptian đầu tiên và typeface Sans-serif đầu tiên. Các nhà in có xu hướng sử dụng những typeface tiên phong mới lạ này trong các tác phẩm điện tử căn giữa lộn xộn (Hình 1-32).

Hình |1-32|

Tấm poster của rạp Victorian năm 1842 minh họa chữ khổ lớn (dùng cho tiêu đề/đầu đề).

Năm 1814 SCN: Phát minh ra máy in động cơ hơi nước đầu tiên

Friedrich König đã cơ giới hóa ngành công nghiệp in ấn với việc phát minh ra máy in động cơ hơi nước thương mại đầu tiên cho tạp chí *The Times* (tạm dịch: *Thời đại*) ở London. Tạp chí *The Times* được tự động hóa vào ngày 29 tháng 11 năm 1814. Tại thời điểm đó, công nghệ in mới vốn dùng để in báo này cũng trở thành chủ đề câu chuyện trên trang bìa (Hình 1-33). Các hãng báo khác nhanh chóng làm theo The Times. Quá trình cơ giới hóa ngành công nghiệp in ấn đã giúp giảm đáng kể giá thành sách báo, tăng số lượng độc giả.

Hình |1-33|

Tạp chí *The Times* ở London, ngày 29 tháng 11 năm 1814.


THE TIMES

THEATRE-ROYAL, DRURY-LANE.
THIS EVENING, THE HYPOCRITE.
To which will be added, a new musical Romance, to be called THE NINTH STATUE, or The Irishman in Bagdad.

THEATRE ROYAL, COVENT-GARDEN.
THIS EVENING, KING RICHARD III.
To which will be added, THE FOREST OF BONDY.

TO-MORROW, THE STATE LOTTERY BEGINS DRAWING.—THE WHOLE IS TO BE DRAWN ON THAT DAY.

LONDON, TUESDAY, NOVEMBER 29. 1814.

Our Journal of this day presents to the public the practical result of the greatest improvement connected with printing, since the discovery of the art itself. The reader of this paragraph now holds in his hand, one of the many thousand impressions of *The Times* newspaper, which were taken off last night by a mechanical apparatus. A system of machinery almost organic has been devised and arranged, which, while it relieves the human frame of its most laborious efforts in printing, far exceeds all human powers in rapidity and dispatch. That the magnitude of the invention may be justly appreciated by its effects, we shall inform the

Năm 1810 SCN: Các typeface Fat đầu tiên

Năm 1810, Bower, Bacon ở Sheffield đã phát hành một cuốn sách mẫu chữ chứa các typeface Fat đầu tiên, sau đó những typeface này nhanh chóng được các xưởng đúc khác sao chép. Typeface Fat có mức độ weight (độ đậm) rất lớn, nhằm mục đích trình bày, song một số typeface Fat lại không đủ rõ ràng ngay cả với mục đích này. Typeface kỹ thuật số Bodoni No2 EF Ultra (xem trang 116, Chương 3) có nguồn gốc gần với thiết kế typeface Fat thời kỳ đầu.

Năm 1815 SCN

Năm 1815 SCN: Các typeface nổi khối đầu tiên

Năm 1815, typeface với phong cách thiết kế nổi khối lần đầu tiên được giới thiệu như một typeface mới lạ. Các nhà quảng cáo nhanh chóng nắm bắt ý tưởng này, ngay sau đó có rất nhiều typeface nổi khối được sử dụng trong các mục quảng cáo (Hình 1-34). Trên trang 157 ở Chương 3, bạn có thể tìm thấy một font kỹ thuật số (digital font) tên là Vineta, gợi nhớ về các typeface nổi khối nửa đầu thế kỷ 19.



Hình |1-34|

Các typeface nổi khối và typeface Egyptian, do Vincent Figgins in năm 1815. *Ảnh chụp di sản font do chuyên gia tạo font Đức ngữ Berthold Wolpe để lại.*

Năm 1816 SCN: Các typeface Sans-serif đầu tiên

Năm 1816, William Caslon giới thiệu typeface Sans-serif (typeface không serif) đầu tiên, đây là một biến thể của typeface Display (typeface khổ lớn, dùng cho tiêu đề/đầu đề) mang phong cách Egyptian vốn đã phổ biến (Hình 1-35). Dù ban đầu, các typeface Sans-serif không được sử dụng rộng rãi, song một số xưởng đúc đã nắm bắt ý tưởng này và cung cấp một số typeface Sans-serif. Mỗi xưởng đúc thiết kế và đặt tên khác nhau cho những typeface Sans-serif này, ban đầu họ gọi chúng bằng những cái tên như Doric, Grotesque, Gothic, Sans-surryph và Sans-serif. Mãi đến thế kỷ 20, typeface Sans-serif mới được sử dụng rộng rãi cho những mục đích khác ngoài tiêu đề/đầu đề khổ lớn.



Hình |1-35|

Typeface Sans-serif đầu tiên, do William Caslon in năm 1816. *Ảnh chụp di sản font do chuyên gia tạo font Đức ngữ Berthold Wolpe để lại.*

Năm 1816 SCN: Các typeface Egyptian đầu tiên

Ban đầu, các typeface Egyptian nổi lên như những typeface mới lạ dùng để trình bày tiêu đề/đầu đề vào đầu thế kỷ 19 (Hình 1-34 và Hình 1-37). Typeface Egyptian rất dễ nhận biết nhờ vào phần serif đặc biệt, vuông vắn giống như bệ đỡ (slab-like), với độ tương phản thấp giữa phần chữ dày và mỏng. Tên gọi "Egyptican" ("Ai Cập") có lẽ được lựa chọn để nói về dáng vẻ nằm ngang, có hình khối của chữ hieroglyphics Ai Cập ra mắt công chúng vào thời điểm đó, sau khi đạo quân của Napoleon khai quật được phiến đá Rosetta. Một typeface Egyptian rất phổ biến, vẫn được sử dụng rộng rãi ngày nay là Clarendon, do Robert Besley thiết kế năm 1845. Bạn có thể xem bản khôi phục dưới định dạng kỹ thuật số của typeface Clarendon trên các trang từ 124 đến 125 ở Chương 3.

Hình |1-36|

Chữ bằng gỗ tại Bảo tàng Chữ và Ấn phẩm in bằng gỗ Hamilton. *Ảnh chụp của Brad Knapp thuộc Tập đoàn Karma.*

Năm 1822 SCN: Sự phát triển của nhiếp ảnh thời kỳ đầu

Hình ảnh nhiếp ảnh (photography) đầu tiên được Joseph Niepce của Pháp tạo ra năm 1822 đã dọn đường cho phương pháp in thạch bản và sắp chữ hình ảnh (phototysetting) ra đời. Theo thời gian, sự phát triển của nhiếp ảnh đã để lại ảnh hưởng sâu sắc lên không chỉ định nghĩa và vai trò của hình minh họa trong thiết kế, mà còn tác động đến phương pháp sắp xếp bố cục cho chữ và hình ảnh mà các nhà thiết kế có thể áp dụng.

Năm 1827 SCN: Dùng gỗ để làm chữ

Các nhà quảng cáo muốn typeface Display ngày càng to hơn, song chữ kim loại không thể đáp ứng được điều này do chi phí đắt và sức nặng khiến việc thao tác và vận chuyển gặp khó khăn. Năm 1827, một người Mỹ tên là Darius Wells phát minh ra chiếc máy có thể sản xuất hàng loạt chữ lớn với trọng lượng nhẹ từ gỗ (Hình 1-36). Năm 1934, William Leavenworth phát minh ra chiếc lưỡi cắt chữ (lateral router) làm việc được với cỗ máy của Wells để tạo ra các thiết kế typeface có tính trang trí cao. Những typeface mới lạ thậm chí còn trở nên kỳ quặc và phong phú hơn, khiến cho các thiết kế thêm hỗn độn, khó hiểu. Từ trang 158 đến 159 ở Chương 3, bạn có thể tham khảo một số typeface kỹ thuật số thời nay chủ yếu dựa vào các thiết kế trang trí thời kỳ đầu, ví dụ như Victorian, Bearded Lady, Kismet và Playbill.



Năm 1822 SCN

Năm 1827 SCN

1765 SCN - 1900 SCN: THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1830 SCN: Sự phát triển của chữ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp

Năm 1830 SCN: Phong cách thiết kế Victoria

Từ thập niên 1830 đến giai đoạn chuyển giao sang thế kỷ 20 là thời kỳ phổ biến của phong cách Victoria. Được đặt theo tên của Nữ hoàng Victoria, hình thức trang trí xa hoa của phong cách này phản ánh niềm tin lạc quan rằng cái Đẹp luôn tồn tại ở bất cứ đâu. Hầu như mọi thứ đều được tô điểm bằng các hình ảnh trang trí cầu kỳ về những vườn nho đầy hoa, những con người hạnh phúc đang tận hưởng sự sung túc, những phong cảnh cổ điển được lý tưởng hóa. Các vật liệu in, từ thực đơn, thẻ bài kinh doanh (trade card) chuyên nghiệp đến mẫu hóa đơn bình thường, đều được tô điểm bằng những đường viền hoa và chữ ấn tượng. Đối với phong cách Victoria, những hình ảnh trang trí phong phú này tượng trưng cho sự sung túc của giới trung lưu đang phát triển. Do không được đào tạo về nghệ thuật và thiết kế, các nhà sản xuất theo phong cách Victoria áp dụng những phong cách hoa mỹ trong quá khứ bao gồm Gothic, Baroque cũng như Rococo thông qua sự kết hợp lộn xộn giữa hình ảnh và chữ mà không quan tâm đến mối quan hệ giữa hình thức với nội dung. Chủ nghĩa tiêu dùng ngày càng tăng cao; nhờ quá trình công nghiệp hóa, các sản phẩm được sản xuất và bán ra ngày càng đa dạng, người tiêu dùng bình thường được quyền tự do mua sắm. Một ngành công nghiệp hoàn toàn mới về sản xuất đồ chơi và sách in màu cho trẻ em bắt đầu hình thành, dựa trên quan niệm hiện đại rằng tuổi thơ là quãng thời gian nuôi dưỡng tình cảm, thể chất cũng như khiếu hài hước (đối lập với quan niệm được công nhận trước đây rằng trẻ em là "những người trưởng thành bé nhỏ"). Những tiến bộ công nghệ trong kỹ thuật sản xuất giấy in thạch bản và chữ in gỗ cho phép các nhà sản xuất cũng như nhà quảng cáo làm tràn ngập thị trường bằng những thông báo, quảng cáo, tranh minh họa cùng tài liệu đậm nét, hoa mỹ (Hình 1-37).



Hình |1-37|

Thẻ bài kinh doanh đậm phong cách Victoria do John McGahey thiết kế. *Ảnh do Michael Twyman cung cấp.*

Năm 1833 SCN: Báo giá rẻ và sự lên ngôi của quảng cáo

Ban đầu, hầu hết các tờ báo ở Mỹ đều do các đảng phái chính trị hoặc nhóm lợi ích thương mại (commercial interest) điều hành, được bán dưới hình thức đặt mua với mức phí khoảng 6 cent trên một số phát hành và chỉ dành cho tầng lớp khán giả cao cấp vốn là những doanh nhân giàu có. Ben Day đến từ Manhattan đã thay đổi mọi thứ khi thành lập hãng báo "penny press" ("báo giá rẻ") lần đầu tiên năm 1833. Tờ báo độc lập này được bày bán trên đường phố dành cho đại đa số công chúng với giá chỉ một xu (penny) trên một số phát hành. Với những phương pháp sản xuất mới ít tốn kém và doanh thu đến từ các nhà quảng cáo, tờ báo "penny press" đã dân chủ hóa bản chất của việc đưa tin. Lúc này, người có khả năng đọc tin tức ngày càng tăng và nội dung bây giờ hướng tới việc mở rộng đối tượng độc giả. Sự chuyển dịch này đã sinh ra một quy tắc đạo đức nghề báo mới: Tin tức cần khách quan chứ không dựa trên định kiến của chủ sở hữu bài viết. Dĩ nhiên, các tờ báo phải chịu những áp lực mới trong việc đấu tranh với các nhà quảng cáo của mình - những người với tư cách chủ bút, đôi khi thể hiện định kiến và lợi ích của họ một cách thái quá. Bất luận như vậy, sự phát triển của ngành báo đã giúp nâng cao mặt bằng dân trí, thúc đẩy hơn nữa sự phát triển của các công nghệ in ấn, qua đó tác động tích cực tới các hãng báo và nhà xuất bản tạp chí tư nhân. Bằng cách này, những tiến bộ trong lĩnh vực đưa tin đã góp phần thúc đẩy sự phổ biến của các tạp chí và tiểu thuyết đăng nhiều kỳ trong suốt thập niên 1800.

Năm 1867 SCN: Phong cách thiết kế Ukiyo-e

Năm 1867, sự thay đổi chính trị ở Nhật bản đã dẫn đến việc dỡ bỏ chính sách bế quan tỏa cảng ngặt nghèo, liên lạc giữa người Nhật Bản với phần còn lại của thế giới được nối lại. Chính sách bế quan tỏa cảng tại Nhật Bản được Tướng quân (Shogun) của nước này ban bố năm 1635, là phản ứng trước mối lo ngại về sự mở rộng của thực dân. Các hoạt động giao thương, di chuyển và du lịch quốc tế đều bị giới hạn nghiêm ngặt. Phong cách nghệ thuật phát triển trong giai đoạn cô lập này được gọi là Ukiyo-e, nghĩa là "những bức tranh của thế giới trôi lờ lững". Đó là những hình ảnh với các nét hội họa và vùng màu, vùng họa tiết bằng phẳng minh họa các chủ đề tình dục, sân khấu nhà hát và phong cảnh thiên nhiên. Văn bản cũng thường được lồng vào hình ảnh bằng cách đóng dấu, in khuôn gỗ (block-print) hoặc viết trực tiếp vào không gian chứa ảnh theo lối thư pháp bằng tay (Hình 1-38). Sau khi chính sách bế quan tỏa cảng ở Nhật Bản được dỡ bỏ, các đặc điểm thị giác và chủ đề của phong cách Ukiyo-e cùng với sự năng động trong việc tích hợp chữ với hình ảnh của phong cách này đã được giới nghệ sỹ phương Tây nghiên cứu rồi mô phỏng lại vào cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20.

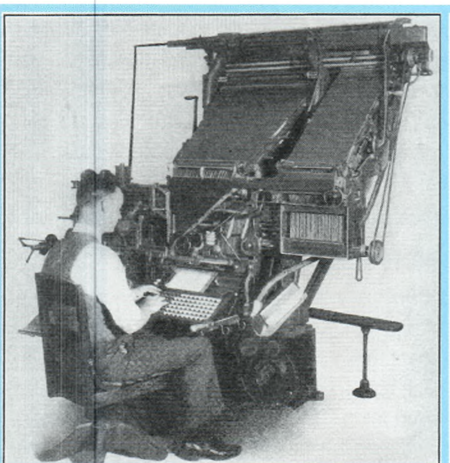


Hình |1-38|

Tranh Ukiyo-e, trích từ tác phẩm *The Modern Seven Komachi* (tạm dịch: *Bảy truyền thuyết hiện đại về nàng Komachi*) của Kikugawa Eizan, xuất bản trước năm 1867. *Ảnh do Thư viện Quốc hội, Washington, D.C, Phòng Tranh và Ảnh Chụp [LC-USZC4-8486] cung cấp.*

Năm 1838 SCN: Các công nghệ sắp chữ

Năm 1838, David Bruce ở New York đã phát minh ra máy sắp chữ (type-casting machine) hoàn chỉnh, có thể sắp chữ nhanh gấp mười lần so với làm thủ công. Tuy nhiên, máy của Bruce chỉ có thể xếp các loại chữ riêng lẻ, sau đó phải sắp đặt lại những chữ này. Các nhà sáng chế khác cũng thử nghiệm nhiều cách để giúp việc sắp chữ hiệu quả hơn. Tuy nhiên, mãi cho tới thập niên 1950, chỉ có hai chiếc máy sắp chữ chính được phát minh vào các năm 1886 và 1894 là có khả năng chiếm lĩnh cũng như chi phối thị trường. Chiếc đầu tiên là máy sắp chữ Linotype (Hình 1-39), do một thợ cơ khí người Đức tên là Ottmar Mergenthaler phát minh ra. Máy Linotype của Ottmar có thể ghép và giãn các dòng ma trận chữ, sau đó xếp chúng thành những dòng hoàn chỉnh được giãn cách. Các ma trận chữ ban đầu có thể được tái sử dụng. Chiếc chiếm ưu thế thứ hai là máy Monotype do Tolbert Lanston đến từ Washington phát minh. Chiếc máy này sắp xếp từng chữ theo thứ tự được đột dập lên một dải băng đục lỗ, sử dụng một bàn phím.

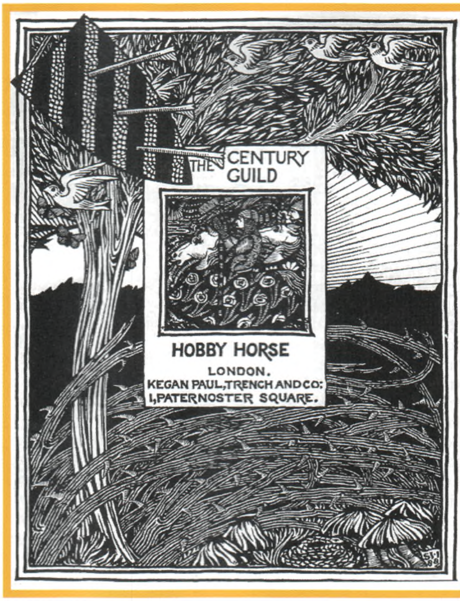


Hình |1-39|

Máy sắp chữ Linotype Model 26, Thư viện Linotype, GmbH, Bad Homburg, Đức (*www.linotype.com*).

Năm 1875 SCN: Trào lưu nghệ thuật thủ công

Vào khoảng năm 1875, William Morris (người Anh) cảm thấy thất vọng về các sản phẩm của quá trình cơ giới hóa trong cuộc Cách mạng Công nghiệp mà ông xem là những thiết kế vô hồn và sản phẩm kém chất lượng. Morris mong muốn các thiết kế đạt được sự toàn vẹn mà các nghệ nhân đã thấm nhuần vào trong tay nghề khéo léo. Với nỗ lực cải cách xã hội về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng sản phẩm, Morris đã sáng lập ra trào lưu Nghệ thuật Thủ công (Arts & Crafts movement), trong đó đề cao tay nghề cá nhân và thợ thủ công chất lượng cao cho tất cả các ngành nghề thủ công, bao gồm cả typography. Morris đã được ghi danh vì có công "tái sinh" typography dưới dạng một loại hình nghệ thuật và đưa nghề thủ công lên một vị thế mới ngang tầm nghệ thuật.



Hình |1-40|

Ảnh bìa của *Hobby Horse*, tạp chí mỹ thuật thị giác đầu tiên trên thế giới.

Năm 1882 SCN: Nghiệp hội thế kỷ

Năm 1882, các nghệ sỹ chịu ảnh hưởng bởi William Morris đã thành lập Nghiệp hội Thế kỷ (Century Guild), một nhóm gồm các nghệ nhân, nhà thơ và nhà thiết kế có chung mục đích là nâng cao vị thế của nghệ thuật trang trí lên tầm "mỹ thuật" ("fine art"). Năm 1884, Nghiệp hội Thế kỷ xuất bản tạp chí mỹ thuật thị giác *Hobby Horse* (tạm dịch: *Ngựa gỗ*), được in trên giấy thủ công, sử dụng các hình minh họa mộc bản tinh xảo (Hình 1-40). Việc xuất bản tạp chí *Hobby Horse* đã giúp truyền bá tư tưởng của trào lưu Nghệ thuật Thủ công trên khắp châu Âu và nước Mỹ.



Hình |1-41|

Chữ thường (bên trên) so với chữ monospace (bên dưới).

Năm 1873 SCN: Phát minh ra máy đánh chữ

Máy đánh chữ (typewriter) do Christophe Latham Sholes và Carlos Glidden phát minh, với cách sắp xếp bàn phím phổ biến mà chúng ta sử dụng ngày nay, đã giúp các cá nhân và doanh nghiệp nhỏ có thể tạo ra các tài liệu in. Do máy đánh chữ có khoảng cách giữa tất cả các chữ bằng nhau, nên những typeface monospace (typeface có tất cả các chữ cái có chiều ngang bằng nhau, bao gồm cả dấu, ký hiệu và biểu tượng) với ký tự *i* và *l* rộng hơn, trong khi ký tự *w* và *m* hẹp hơn đã được phát triển để giữ được sự cân bằng của tài liệu được đánh máy (Hình 1-41). Máy đánh chữ Sholes và Glidden đã thay đổi cách điều hành kinh doanh của các văn phòng trên toàn thế giới, đồng thời mở rộng lựa chọn nghề nghiệp cho phụ nữ, vốn là những người trước đó không được chào đón trong môi trường văn phòng.

Năm 1883 SCN — Năm 1890 SCN

Năm 1883 SCN: Trào lưu Nghệ thuật Mới

Trào lưu Nghệ thuật Mới (Art Nouveau movement) ban đầu phát triển từ trào lưu Nghệ thuật Thủ công vào khoảng năm 1883, khi Arthur Mackmurdo ở Anh xuất bản cuốn *Wren's City Churches* (tạm dịch: *Nhà thờ thành phố của Wren*) (Hình 1-42). Giống như trào lưu Nghệ thuật Thủ công, các nghệ sỹ và nhà thiết kế của trào lưu Nghệ thuật Mới cũng phản đối công nghiệp hóa bằng cách việc tìm kiếm cá tính trước xu thế sản xuất hàng loạt, đồng thời hưởng ứng các chủ đề thiên nhiên theo phong cách trang trí. Tuy nhiên, các thiết kế của họ cũng chịu ảnh hưởng nhiều từ thẩm mỹ Ukiyo-e của Nhật Bản mới ra mắt phương Tây khi chính sách bế quan tỏa cảng kết thúc vào năm 1867. Các nghệ sỹ theo trào lưu Nghệ thuật Mới đã vay mượn các bố cục bất đối xứng (asymmetrical composition), nét hội họa, hình dạng đường cong hữu cơ (dựa trên cơ thể sống) từ phong cách Ukiyo-e, còn chủ đề thiên nhiên và siêu nhiên thường bao gồm hình ảnh về những nhân vật phụ nữ gợi cảm. Được giải phóng khỏi các cấu trúc của in khuôn nổi nhờ những công nghệ in thạch bản mới, các nhà thiết kế có được sự tự do mới trong việc tích hợp chữ với hình ảnh hữu cơ. Chữ trong trào lưu Nghệ thuật Mới được thiết kế rất sống động, với những ký tự được mô phỏng theo các dây leo gân guốc và xương sống thẳng đứng, khiến các chữ trông như có thể "bò đi" được nếu có cơ hội (Hình 1-43). Phiên bản khôi phục dưới định dạng kỹ thuật số của các typeface thuộc trào lưu Nghệ thuật Mới như Arnold Boecklin, Eckmann và Mucha được trình bày từ trang 160 đến 161 ở Chương 3.



Hình |1-42|

Trang tiêu đề của cuốn *Wren's City Churches* do Arthur Heygate Mackmurdo thiết kế năm 1883. *Ảnh do Thư viện V&A IMAGES/ Bảo tàng Victoria & Albert [CT57843] cung cấp.*



Hình |1-43|

Một tấm poster thuộc trào lưu Nghệ thuật Mới quảng cáo cho "Triển lãm nghệ thuật 'Salon des Cent' của họa sỹ Mucha", 1897 (in thạch bản màu), do Alphonse Marie Mucha (1860-1939) thiết kế, Mucha Trust, Thư viện Nghệ thuật Bridgeman. *© Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS (Artists Rights Society - Tổ chức Quyền của Nghệ sỹ), New York/ADAGP, Paris.*



Hình |1-44|

Poster quảng cáo *Kassama* do Brothers Beggarstaff thiết kế năm 1900.

Năm 1890 SCN: Poster theo trào lưu Nghệ thuật Hiện đại đầu tiên

Năm 1890, những tấm poster đầu tiên bắt đầu xuất hiện với các thành phần được tối giản để chỉ chứa những gì quan trọng, nhằm tạo ra ấn tượng đặc trưng. Hình 1-44 minh họa một tấm poster do James Pryde và William Nicholson của Anh thiết kế, họ tự gọi mình là "Brothers Beggarstaff" (tạm dịch: "Những người anh em Beggarstaff"). Tuy nhiên, các nhà quảng cáo cho rằng những hình ảnh tĩnh đơn điệu của James và William không đạt được mức tiêu thụ thuyết phục, do đó họ đã không nhận được nhiều sự ghi nhận cũng như tiền hoa hồng. Trớ trêu là phong cách đồ họa trực tiếp, rõ ràng của Brothers Beggarstaff lại là tiền đề cho phong cách poster quảng cáo cực kỳ phổ biến ở Đức có tên Plakatstil, điều này đã chứng minh tính trực tiếp của các tấm poster này có sức tiêu thụ rất lớn.

1765 SCN - 1900 SCN: THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP

Năm 1890 SCN: Sự phát triển của chữ và thiết kế thời kỳ Cách mạng Công nghiệp

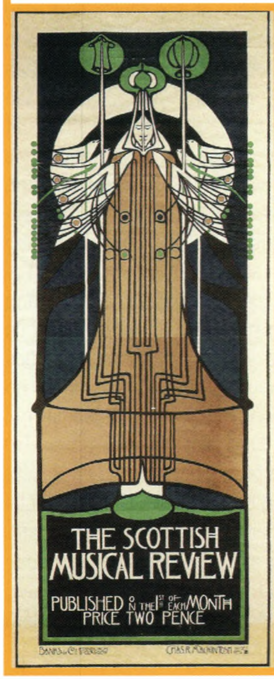
Năm 1890 SCN: Các biến thể vùng miền của trào lưu Nghệ thuật Mới

Khoảng năm 1890, các biến thể vùng miền của trào lưu Nghệ thuật Mới đã phát triển trên khắp châu Âu. Ở Đức, các nhà thiết kế theo trào lưu Jugendstil, hay "Young Style" ("Phong cách Trẻ") đã kết hợp các đường gân guốc của trào lưu Nghệ thuật Mới với sự chính xác của người Đức để tạo ra những kiểu chữ và layout khác biệt (Hình 1-45). Ở Scotland, các nhà thiết kế theo phong cách Glasgow sử dụng các hình dạng tuyến tính cùng sự cân bằng đối xứng (symmetrical balance) kết hợp với những hình dạng hữu cơ cong nhẹ nhàng và chủ đề thực vật (Hình 1-46). Ở Áo, các nhà thiết kế theo trào lưu Ly khai thành Vienna (Vienna Secession) đã sử dụng những hình dạng hữu cơ phẳng và khuôn mẫu để tạo ra các layout hữu cơ nhấn mạnh sự cân bằng hài hòa (Hình 1-47). Các typeface kỹ thuật số Arts & Crafts và Mojo trên trang 161 và 162 ở Chương 3 dựa trên những typeface theo phong cách Glasgow, trào lưu Ly khai thành Vienna và trào lưu Nghệ thuật Mới.



Hình |1-45

Quảng cáo cho tạp chí *Jugend* do Josef Rudolf Witzed thiết kế năm 1896. *Ảnh do Von Zezschwitz - Nhà đấu giá Thiết kế và Tác phẩm Nghệ thuật ở Munich cung cấp.*





Hình |1-46|

Poster mang phong cách Glasgow (bên trái), *The Scottish Musical Review* (tạm dịch: *Tạp chí Âm nhạc Scotland*) do Charles Rennie Mackintosh thiết kế năm 1896. *Ảnh do (Bảo tàng) Hội đồng Thành phố Glasgow [PR. 1977.13.ar] cung cấp.*

Hình |1-47|

Poster mang phong cách Ly khai thành Vienna (bên phải) do Alfred Roller thiết kế năm 1902.

Thuật ngữ

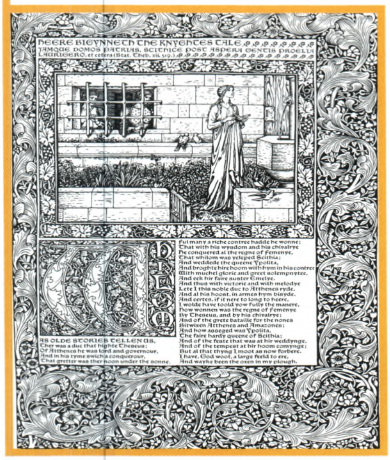
in phẳng (planography): bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm trên một bề mặt phẳng nhẵn.

in thạch bản (lithography): quy trình in phẳng dựa trên việc xử lý đá vôi để hút mực vào một số vị trí, sau đó đẩy mực lên các chất liệu khác.

Năm 1891 SCN — Năm 1900 SCN

Năm 1891 SCN: Các xưởng in tư nhân Kelmscott, Ashendene và Doves

Năm 1891, William Morris thành lập Kelmscott Press, một xưởng in tư nhân nhỏ theo đuổi nghề làm sách thủ công truyền thống và không chấp nhận sự đơn điệu cũng như chất lượng thấp từ quy trình sản xuất hàng loạt. Xưởng in Kelmscott Press đề cao chất lượng ở mọi khía cạnh của từng cuốn sách; Morris sử dụng giấy làm bằng phương pháp thủ công và các typeface nguyên bản, in sách theo cách thủ công bằng quy trình in chữ nổi (letterpress). Mỗi thành phần trong các cuốn sách của Morris - gồm giấy, mực và gáy sách (binding) - đều được chăm chút tỉ mỉ. Morris đã thiết kế các typeface riêng cho sách của mình; typeface Chaucer và Troy dựa trên các chữ Script loại blackletter, còn typeface Golden dựa trên những typeface whiteletter đầu tiên do Jenson chạm khắc lần đầu vào thập niên 1470. Morris đã tham khảo mỹ học (aesthetic) thời Trung cổ của các thợ thủ công giỏi, đồng thời trang trí sách của ông theo truyền thống thời Trung cổ (Hình 1-48). Các nhà thiết kế và xưởng in tư nhân khác nhanh chóng học theo hình mẫu của Morris. Xưởng in Ashendene Press thành lập năm 1894 và Doves Press thành lập năm 1900 là các ví dụ tiêu biểu. Cả hai xưởng in này đều coi trọng thiết kế và sản phẩm thủ công chất lượng cao, tỉ mỉ. Kelmscott, Ashendene và Doves là những xưởng in dẫn đầu phong trào nảy sinh các xưởng in tư nhân loại nhỏ, đề cao chất lượng của tác phẩm in ấn. Bạn có thể tham khảo phiên bản khôi phục của hai loại typeface Kelmscott và True Golden do Morris thiết kế dưới định dạng kỹ thuật số ở trang 80 và 90 của Chương 3.

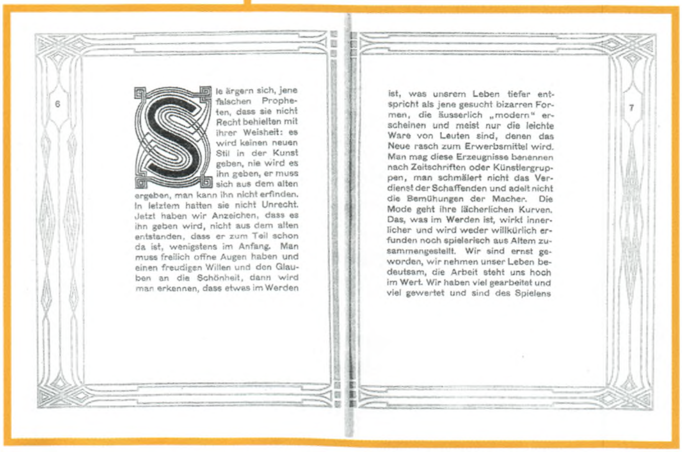


Hình |1-48|

Trang sách do William Morris của Geoffrey Chaucer thiết kế, trích từ cuốn *Works* (tạm dịch: *Tác phẩm sáng tạo*), Hammersmith, 1896 SCN. *Ảnh do Thư viện Pierpont Morgan, New York [PML 23121] cung cấp.*

Năm 1900 SCN: Các typeface Sans-serif được dùng làm văn bản nội dung

Đầu năm 1900, Peter Behrens (Đức) chủ trương sử dụng các typeface Sans-serif để thể hiện kinh nghiệm hiện đại. Trong năm này, Brehens cũng xuất bản cuốn sách có tên Feste des Lebens und der Kunst (tạm dịch: Lễ hội Cuộc sống và Nghệ thuật) (Hình 1-49). Có lẽ đây là cuốn sách đầu tiên sử dụng một typeface Sans-serif làm văn bản nội dung chạy liên tục (running text) trong ấn phẩm. Trước đó hai năm, xưởng đúc chữ Berthold đã đưa ra họ typeface Sans-serif đầu tiên bao gồm một loạt kiểu chữ gọi là Akzidenz-Grotesk (Chuẩn tại Mỹ). Ngoài Akzidenz-Grotesk, các nhà thiết kế đầu tiên hưởng ứng chữ Sans-serif có rất ít typeface để lựa chọn cho tới cuối thập niên 1920, khi typeface Futura của Paul Renner và typeface Gill Sans của Eric Gill trở nên phổ biến.



6

Sie ärgern sich, jene falschen Propheten, dass sie nicht Recht behielten mit ihrer Weisheit: es wird keinen neuen Stil in der Kunst geben, nie wird es ihn geben, er muss sich aus dem alten ergeben, man kann ihn nicht erfinden. In letztem hatten sie nicht Unrecht. Jetzt haben wir Anzeichen, dass es ihn geben wird, nicht aus dem alten entstanden, dass er zum Teil schon da ist, wenigstens im Anfang. Man muss freilich offne Augen haben und einen freudigen Willen und den Glauben an die Schönheit, dann wird man erkennen, dass etwas im Werden

7

ist, was unserem Leben tiefer entspricht als jene gesucht bizarren Formen, die äusserlich „modern" erscheinen und meist nur die leichte Ware von Leuten sind, denen das Neue rasch zum Erwerbsmittel wird. Man mag diese Erzeugnisse benennen nach Zeitschriften oder Künstlergruppen, man schmälert nicht das Verdienst der Schaffenden und adelt nicht die Bemühungen der Macher. Die Mode geht ihre lächerlichen Kurven. Das, was im Werden ist, wirkt innerlicher und wird weder willkürlich erfunden noch spielerisch aus Altem zusammengestellt. Wir sind ernst geworden, wir nehmen unser Leben bedeutsam, die Arbeit steht uns hoch im Wert. Wir haben viel gearbeitet und viel gewertet und sind des Spielens

Hình |1-49|

Cuốn sách đầu tiên sử dụng typeface Sans-serif làm văn bản nội dung, *Feste des Lebens und der Kunst* của Peter Behrens, Đức, năm 1900.

1900 - 1925

THỜI KỲ HIỆN ĐẠI

Năm 1905: Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại

Nửa đầu của thế kỷ 20 đã sản sinh ra một số phong trào nghệ thuật và thiết kế, tất cả đều được coi là thành viên của trào lưu Nghệ thuật Hiện đại (Modern Art movement). Mặc dù mỗi phong trào có phong cách thị giác kèm theo động cơ chính trị riêng, song tất cả đều tham gia vào công cuộc làm mới nghệ thuật và thiết kế, hướng tới phục vụ đại chúng thay vì chỉ phục vụ tầng lớp giàu có, quyền lực. Để tạo ra mỹ học dành cho tầng lớp lao động gồm cả nam giới lẫn nữ giới, mỗi phong trào đều loại bỏ những trang trí cầu kỳ tượng trưng cho thế giới cũ và thay vào đó là một ngôn ngữ thị giác đơn giản hơn, dễ hiểu hơn, lấy cảm hứng từ kinh nghiệm hiện đại. Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại này đã cùng nhau đại diện cho hàng loạt phản ứng đối với thế giới công nghiệp hóa mới.

Năm 1905: Chủ nghĩa Biểu hiện

Từ năm 1905 đến năm 1923, các nghệ sỹ theo Chủ nghĩa Biểu hiện (Expressionist) ở Đức đã tạo ra các tác phẩm và thiết kế thể hiện lời kêu gọi đầy xúc cảm về nhu cầu phải thể hiện được cá tính trước sự đơn điệu, vô hồn đang ngày càng tăng, sau đó là thể hiện phản ứng giận dữ và đau xót của con người trong Thế chiến I. Ban đầu, các nghệ sỹ theo Chủ nghĩa Biểu hiện bác bỏ vẻ đẹp truyền thống, thay vào đó họ hưởng ứng mỹ học nguyên thủy của các hình ảnh cũng như văn bản thô sơ, được bóp méo và chạm trổ trên gỗ (Hình 1-50). Về sau, các nghệ sỹ theo Chủ nghĩa Biểu hiện đề cao những bố cục phi vật thể (nonobjective composition) truyền tải cảm xúc và thông điệp thông qua màu sắc, hình dạng, tỷ lệ và biểu tượng (symbol). Giới thương mại không thấy hứng thú với Chủ nghĩa Biểu hiện, song mỹ học thô sơ, táo bạo, nhiều xúc cảm của chữ và hình ảnh tự xuất bản theo Chủ nghĩa Biểu hiện đã đặt nền móng cho những phong trào thiết kế sau này thách thức các quy ước typography một cách có chủ đích. Hai nghệ sỹ theo Chủ nghĩa Biểu hiện phi vật thể như Paul Klee và Wassily Kandinsky sau này đã trở thành những nhân vật có ảnh hưởng rất lớn trong giới thiết kế, trên cương vị giảng viên của trường Bauhaus. Font kỹ thuật số Neuland trên trang 165 của Chương 3 là bản khôi phục từ typeface trình bày theo Chủ nghĩa Biểu hiện do Rudolph Koch thiết kế năm 1923. Typeface này trông như được chạm gỗ với độ đậm lớn.

Hình |1-50|



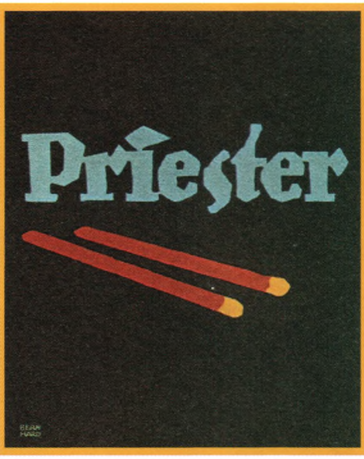
Trang tiêu đề theo Chủ nghĩa Biểu hiện cho cuốn Der Kampf mit dem Engel (tạm dịch: Cuộc tranh đấu với Thiên thần) do Conrad Felixmuller thiết kế năm 1917. © Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/ VG Bild-Kunst, Bonn.

Năm 1905: Phong cách Plakatstil: Các poster hiện đại thời kỳ đầu

Với thành tựu phát minh ra máy in offset thạch bản, các nhà tư bản công nghiệp đã có khả năng chi trả cho việc tạo ra những tấm poster quảng cáo, nhằm quảng bá cho sản phẩm của họ. Trước đó, poster chủ yếu được dùng để quảng cáo cho các hoạt động xoay quanh sự kiện và tác phẩm văn học. Các sản phẩm bán lẻ thông dụng thường không được coi là chủ đề của quảng cáo poster. Tuy nhiên, sự xuất hiện và phát triển của phong cách poster Plakatstil ở Đức đã thay đổi điều này. Con người tìm kiếm một thứ ngôn ngữ thị giác mới, phản ánh trải nghiệm hiện đại của họ với vai trò là những công dân của một xã hội công nghiệp hóa. Các phong cách trang trí hoa mỹ tượng trưng cho lối sống thong dong, nhàn hạ của giới nhà giàu bị loại bỏ.

Năm 1905: Các poster nghệ thuật dùng để quảng cáo

Năm 1905, Lucian Bernhard (Đức) tham gia cuộc thi thiết kế poster quảng cáo cho hãng diêm Priester (Hình 1-51). Tác phẩm dự thi của Lucian đã giành chiến thắng và khởi đầu làn sóng poster quảng cáo hoàn toàn mới, phản ánh một phong cách thiết kế hiện đại tên là Plakatstil. Dựa vào năng lực quảng cáo thành công do poster đầu tiên của Bernhard mang lại, nhiều nhà quảng cáo đã áp dụng công thức đồ họa tối giản, đưa hình minh họa về dạng đơn giản nhất, rồi đặt hình minh họa này lên một nền (background) phẳng, sau đó thêm văn bản rất ngắn vào bố cục tác phẩm. Các thông điệp ngắn gọn, súc tích được truyền tải thông qua những hình ảnh đơn giản, trực tiếp kết hợp với các typeface Serif và Sans-serif ở mức rõ ràng cao.



Hình |1-51|

Poster quảng cáo cho công ty diêm Priester do Lucian Bernhard thiết kế năm 1905. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.*

Năm 1906: Quy trình in "nửa tông" được thương mại hóa

Năm 1885, Frederick Ives đến từ Philadelphia đã cải tiến quy trình in khắc ảnh "nửa tông" (halftone photogravure process) bằng cách dùng các bộ lọc (filter) để tạo ra những bản kẽm "nửa tông" với màu tách biệt bao gồm đỏ, vàng và xanh lam; những bản kẽm này có thể tạo ra các bản in đủ màu khi được in chồng lên nhau. Tuy nhiên, mãi đến năm 1906, khi các tấm kẽm và bộ lọc trở nên phổ biến hơn, phương pháp in của Ives mới bắt đầu thu được lợi ích thương mại. Việc bổ sung màu đen vào phương pháp in ba màu của Ives đã dẫn đến quy trình in bốn màu được sử dụng rộng rãi ngày nay, cho phép in ra các bức ảnh chụp màu chi tiết ở vô số tạp chí, báo và sách với giá thành rẻ.

Năm 1906: Các poster nghệ thuật tuyên truyền

Một nghệ sỹ sáng tác poster có tầm ảnh hưởng lớn là Ludwig Hohlwein của Đức. Các đề tài trực tiếp, cách điệu của Hohlwein với văn bản đậm, súc tích "nổi" lên trên nền phẳng đã rất thành công, giúp biến đổi poster thành vật được sưu tầm và trưng bày với mục đích mỹ thuật. Tuy nhiên, Hohlwein lại làm việc nhiều năm cho đảng phái chính trị của Đức quốc xã (Nazi), giúp họ khuếch trương sức mạnh thông qua nhiều thiết kế poster tuyên truyền gợi khả năng liên tưởng mạnh mẽ (Hình 1-52). Phương thức quảng cáo trực tiếp này rất thuyết phục; nhiều nghệ sỹ trên khắp thế giới đã áp dụng nó để thúc đẩy các thông điệp quảng cáo, xã hội và chính trị của họ.

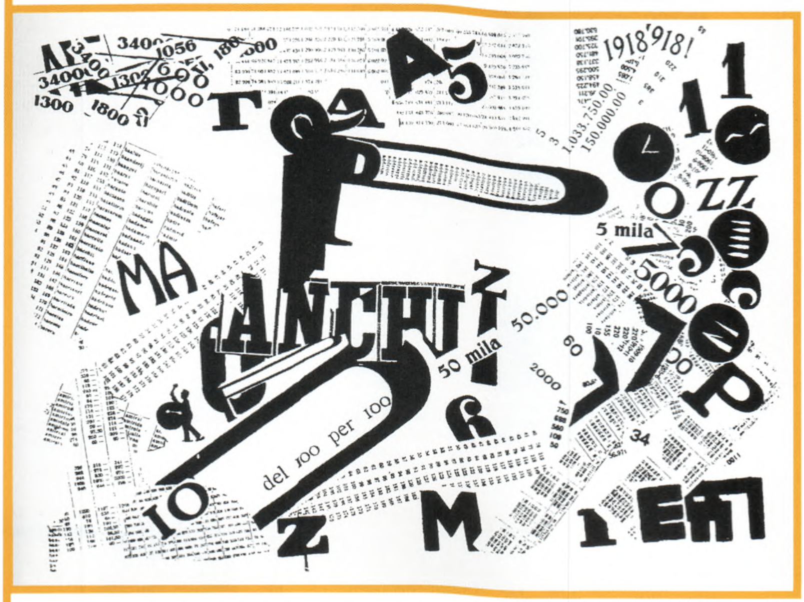


Hình |1-52|

Poster tuyên truyền (propaganda) hiện đại thời kỳ đầu, *LUFTSCHUTZ!* (tạm dịch: *Phòng không*) do Ludwig Hohlwein thiết kế năm 1917. Ảnh do Miscellaneous Man: Rare original Poster and vintage Graphics, *www.miscman.com* cung cấp. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.*

1900 - 1925: THỜI KỲ HIỆN ĐẠI

Năm 1909: Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại



Hình |1-53|

Bìa sách mang phong cách Vị lai của cuốn *Les Mots en Liberte Futuristes* (tạm dịch: *Sự tự do của từ ngữ trong tư tưởng Vị lai*) do Filippo Tommaso Marinetti viết năm 1919. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/ SIAE, Rome.*

Năm 1909: Trường phái Vị lai

Năm 1909, một tờ báo lớn ở Paris đã xuất bản tác phẩm *Manifesto of Futurism* (tạm dịch: *Bản tuyên ngôn Chủ nghĩa Vị lai*) của nhà thơ Italia Filippo Marinetti, trong đó kêu gọi những nỗ lực tái tạo thơ ca và nghệ thuật dựa trên âm hưởng, mùi vị cũng như vật liệu của thời đại máy móc. Marinetti khuyến khích hủy bỏ những thứ mà ông coi là đã lỗi thời và phá hủy các tổ chức văn hóa xã hội tư sản như bảo tàng, thư viện. Bên cạnh đó, ông cũng khẳng định rằng chỉ có những tác phẩm nghệ thuật thơ ca mới lạ và hoàn toàn độc đáo mới chính đáng, tất cả các công trình nghệ thuật của quá khứ đều không còn phù hợp và cần bị vứt bỏ. Marinetti cùng các môn đồ của ông ca tụng sự thịnh vượng, huyên náo, bạo lực, lòng quả cảm và cổ vũ chiến tranh, đồng thời miệt thị sự ủy mị, đạo lý, nữ quyền và sự bất động bằng lòng nhiệt thành có tính chất tôn giáo: Thiết kế của các nghệ sỹ thuộc trường phái Vị lai (Futurist) rất linh động thông qua những hình dạng và con chữ sắc nét, ngụ ý nói về sự chuyển động, huyên náo mạnh mẽ (Hình 1-53). Các thiết kế Vị lai sử dụng chữ theo nhiều cách thức thú vị, đem đến cho thế giới một viễn cảnh khác về nền công nghiệp hóa. Tuy nhiên, do ủng hộ phong trào chính trị Phát xít của Mussolini, nên đóng góp của những nghệ sỹ thuộc trường phái Vị lai không được một số nhà sử học coi trọng. Từ năm 1910 đến năm 1919, các nghệ sỹ thuộc trường phái Vị lai đã xuất bản một loạt bản tuyên ngôn đề ra những triết lý cứng nhắc về mọi thứ, từ hội họa, thơ ca cho tới dục vọng và chiến tranh. Bản tuyên ngôn của Marinetti về typography tên là *Destruction of Syntax - Imagination without Strings - Words-in-Freedom* (tạm dịch: *Sự hủy diệt của ngữ pháp - Trí tưởng tượng không cần chuỗi ký tự - Sự tự do của từ ngữ*) khẳng định rằng: Chữ và hình ảnh nên được dùng để diễn tả thơ ca và cảm xúc một cách trực quan mà không cần phải ràng buộc với ngữ pháp, chính tả hay dấu câu.

Năm 1917: Trường phái Đa đa

Đa đa (Dadaism) - với "Dada" nghĩa là "không là gì cả" - là một phong trào "phản nghệ thuật" ("anti-art") khởi đầu ở Thụy Sỹ vào khoảng năm 1917, do một nhóm nghệ sỹ và nhà văn nước ngoài bị vỡ mộng phát động, họ cảm thấy chán ghét bản chất đạo đức giả của các xã hội "văn minh" vì đã cho phép những hành động tàn bạo trong Thế chiến I diễn ra. Các nghệ sỹ Đa đa thể hiện sự tức giận của mình thông qua nhiều tác phẩm hội họa, điêu khắc, thơ văn, kịch và thiết kế với nội dung chế giễu, thách thức nghệ thuật truyền thống; mục tiêu của họ là tạo ra những thứ không có mục đích, nhằm phản đối sự tầm thường của chiến tranh. Tuy chỉ kéo dài đến năm 1922, nhưng phong trào "phản nghệ thuật" này lại gây ảnh hưởng mạnh mẽ lên giới thiết kế. Các nghệ sỹ Đa đa đem tới sự tự do chưa từng có trong cách sử dụng typography và bố cục trang, thúc đẩy những nhà thiết kế về sau sử dụng chữ theo các cách thức phi truyền thống. Các thiết kế Đa đa phá vỡ nhiều quy tắc cũng như khả năng của typography mà không quan tâm tới tính rõ ràng (Hình 1-54). Chữ được sử dụng trong các bố cục thể hiện sự tức giận, với các chữ nhiều kích cỡ và typeface được đặt chồng lên nhau (overlap), cắt ghép (collage), bóp méo (distort) và xoay (orient) theo mọi hướng, nhằm khơi dậy cảm xúc hơn là truyền tải nội dung.



Hình |1-54|

Poster phong cách Đa đa, *Kleine Dada Soiree*, do Theo van Doesburg và Kurt Schwitters thiết kế năm 1923. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/ Beeldrecht, Amsterdam/VG BildKunst, Bonn.*

Năm 1917: Phong trào De Stijl

Năm 1917, Theo van Doesburg (Hà Lan) đã lãnh đạo Piet Mondrian cùng một nhóm nghệ sỹ khác sáng tạo ra nghệ thuật hình học trừu tượng thuần khiết (purely abstract geometric art), bao gồm các mặt phẳng có màu cơ sở, đen và trắng, bằng phẳng, được bố trí ngang dọc. De Stijl nghĩa là "phong cách", là một nghiên cứu để đạt tới sự hài hòa về kết cấu thông qua sự cân bằng bất đối xứng của các thành phần không đều nhau, sự loại trừ yếu tố trình bày, cảm xúc và giá trị chủ quan. Từ năm 1917 đến 1931, Van Doesburg đã xuất bản tạp chí nghệ thuật có tên là *de Stijl*, tại đây ông đưa ra luận điểm rằng: Nghiên cứu về sự hài hòa cấu trúc trong nghệ thuật có thể giúp đạt tới sự hài hòa cấu trúc trong xã hội. Chữ De Stijl được thiết lập với những cấu trúc ngang dọc vững chắc, chủ yếu sử dụng các typeface Sans-serif vuông vắn (Hình 1-55). Font kỹ thuật số DeStijl trên trang 165 ở Chương 3 là phiên bản khôi phục của các chữ được sử dụng trong phong trào De Stijl.

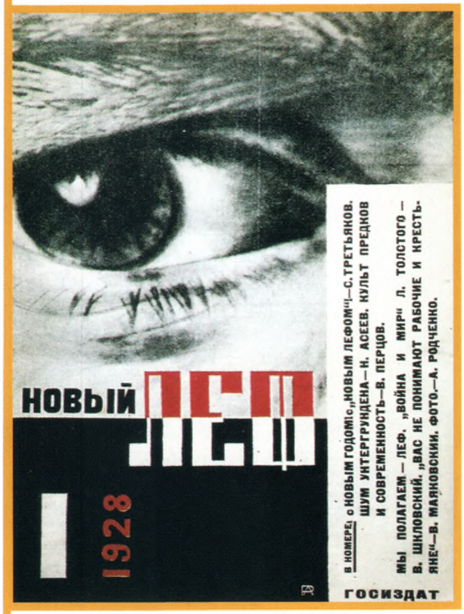


Hình |1-55|

Bìa tạp chí *de Stijl* mang phong cách Đa đa, *Kleine Dada Soiree*, do Theo van Doesburg và Kurt Schwitters thiết kế năm 1923. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/ Beeldrecht, Amsterdam/VG BildKunst, Bonn.*

1900 - 1925: THỜI KỲ HIỆN ĐẠI

Năm 1918: Các phong trào Nghệ thuật Hiện đại



Hình |1-56|

Bìa tạp chí *Novy Lef* theo Chủ nghĩa Kiến tạo, do Alexander Rodchenko thiết kế năm 1928. *Ảnh được cung cấp từ Bộ sưu tập của David King, London.*

Năm 1918: Chủ nghĩa Kiến tạo

Khi Nga hoàng (Czar) bị lật đổ vào năm 1918, Liên bang Xô Viết (Soviet Union) đang trong giai đoạn hình thành, một phong trào nghệ thuật và thiết kế mang hơi hướng chính trị bắt đầu xuất hiện dựa trên việc sử dụng các dạng hình học, đường gạch đậm và văn bản được đặt theo các góc vuông. Phong cách mỹ thuật đơn giản này là sự chuyển biến lớn so với thị hiếu sang trọng, lộng lẫy của Hoàng gia Nga, đồng thời thể hiện tầm nhìn về trật tự xã hội mới. Người tiên phong trong phong trào này là Kasmir Malevich, ông gọi đó là trường phái Siêu việt/Tối thượng (Suprematism). Do tài nguyên và nguồn cung trong thời kỳ kinh tế hậu chiến rất hạn chế, nên các nguyên vật liệu trở nên khan hiếm, màu sắc được sử dụng rất tiết kiệm. Khi Liên bang Xô Viết bắt đầu khôi phục sau Thế chiến I, với cảm hứng từ Chủ nghĩa Ái quốc (Patriotism), các nghệ sỹ quyết định phải đem những kỹ năng nghệ thuật của mình để phục vụ công cuộc kiến tạo một trật tự xã hội lành mạnh cho đất nước bằng việc sáng lập ra nghệ thuật Xô Viết đích thực. Phong cách mà họ tạo ra được gọi là Chủ nghĩa Kiến tạo (Constructivism). Hình thành từ mỹ Siêu việt/Tối thượng, Chủ nghĩa Kiến tạo dựa trên việc sử dụng các dạng hình học, typeface Sans-serif, nguyên lý của sự cân bằng bất đối xứng (Hình 1-56), phương pháp ghép ảnh (photomontage) và một bảng màu cơ sở (primary color palette). Sử dụng ngôn ngữ nghệ thuật này, các nghệ sỹ đã thiết kế nên những tuyên bố thị giác đậm nét, nhằm khơi gợi cảm xúc và cổ vũ mọi người tham gia vào các hoạt động yêu nước, xây dựng cộng đồng.

Năm 1919

Năm 1919: El Lizzitsky truyền bá Chủ nghĩa Kiến tạo

Năm 1919, El Lizzitsky (Lazar Markovich) gặp Kasmir Malevich và bị ảnh hưởng bởi tư tưởng của Malevich. Lizzitsky có công lớn trong sự phát triển và truyền bá Chủ nghĩa Kiến tạo, thử nghiệm qua nhiều phương tiện khác nhau như ghép ảnh (photomontage) và đồ họa in ấn (printmaking), đồng thời mở rộng sự tiếp xúc của Chủ nghĩa Kiến tạo trên bình diện quốc tế thông qua việc liên kết với những nghệ sỹ lãnh đạo các phong trào nghệ thuật đương đại khác và thiết kế layout mang phong cách Kiến tạo cho nhiều ấn phẩm ở châu Âu. Lizzitsky đã thiết kế và đồng biên tập cuốn The Isms of Art: 1914-1924 (tạm dịch: Các học thuyết nghệ thuật giai đoạn 1914-1924). Có thể nói, cách sử dụng sáng tạo, tân tiến các cấu trúc ô lưới, layout bất đối xứng, chữ Sans-serif và đường gạch đậm trong cuốn sách này đã để lại sức ảnh hưởng rất lớn vào thời bấy giờ (Hình 1-57).


III

DIE KUNSTISMEN — 1924 1923 1922 1921 1920 1919 1918 1917 1916 1915 1914

HERAUSGEGEBEN VON EL LISSITZKY
UND HANS ARP

LES ISMES DE L'ART — 1924 1923 1922 1921 1920 1919 1918 1917 1916 1915 1914

PUBLIÉS PAR EL LISSITZKY
ET HANS ARP

THE ISMS OF ART — 1924 1923 1922 1921 1920 1919 1918 1917 1916 1915 1914

PUBLISHED BY EL LISSITZKY
AND HANS ARP

EUGEN RENTSCH VERLAG
ERLENBACH-ZÜRICH, MÜNCHEN UND LEIPZIG
1925

Hình |1-57|

Cuốn sách *Isms of Art: 1914-1924* do Hans (Jean) Arp và El Lizzitsky viết. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.*

Năm 1925

Năm 1919: Phong trào thiết kế Bauhaus

Năm 1919, Walter Gropius (Đức) trở thành hiệu trưởng một trường học mới nhận trợ cấp của bang Weimar, được thành lập trên cơ sở sáp nhập Viện Hàn lâm Nghệ thuật Weimar (Weimar Art Academy) và trường Nghệ thuật Thủ công Weimar (Weimar Arts & Crafts School). Gropius đã đổi lại tên trường thành "Das Staatlich Bauhaus", nghĩa là "Ngôi nhà của các công trình", đồng thời xuất bản tuyên ngôn của trường Bauhaus, kêu gọi thành lập một hiệp hội nghệ thuật và công nghệ. Gropius đã mô hình hóa phương pháp sư phạm của mình dựa trên các phân xưởng Nghệ thuật thủ công của William Morris, tại đây mối quan hệ giữa giảng viên/học viên gần giống như mối quan hệ giữa thợ cả/thợ học việc, học viên được làm việc trong các phân xưởng thay vì studio, tính thẩm mỹ và tính ứng dụng được đặt lên ngang hàng. Gropius đã thành lập Khoa Thiết kế Nghệ thuật và thuê những nghệ sỹ tiên phong trong các trào lưu nghệ thuật đương đại như Chủ nghĩa Biểu hiện, Chủ nghĩa Kiến tạo và De Stijl về làm giảng viên. Những giảng viên này đã giúp tạo dựng tiếng nói chung cho phong cách của các tác phẩm xuất phát từ trường Bauhaus. Dưới sự dìu dắt của các nghệ sỹ tiên phong, học viên của trường Bauhaus đã tạo ra những tác phẩm bất đối xứng, hình học bao gồm các typeface Sans-serif, nhiếp ảnh và ghép ảnh truyền tải những thông điệp rõ ràng, trực tiếp (Hình 1-58).



Hình |1-58|

Poster về trường Bauhaus, *Bauhaus*, do Joost Schmidt thiết kế năm 1923. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/VG Bild-Kunst, Bonn.*

Năm 1925: Chữ Universal của Herbert Bayer

Năm 1925, Herbert Bayer - một thành viên thuộc Hội đồng giảng viên của trường Bauhaus đã tạo ra typeface có tên là Universal trên cơ sở rút ngắn bảng chữ cái xuống thành một tập hợp chữ thường có dạng hình học và không có serif (Hình 1-59). Ông cũng thử nghiệm kiểu căn gióng văn bản căn đều bên trái (flush left), nhấp nhô bên phải (ragged right) và sử dụng các yếu tố thị giác/thành phần trực quan (visual element) như thanh ngang (bar), đường gạch (rule), kích thước chữ và các biểu tượng đánh dấu đầu dòng (bullet) để thể hiện biểu đồ thị giác (thứ tự quan trọng của thành phần). Mặc dù typeface Universal chưa bao giờ được sử dụng rộng rãi, song những đóng góp khác của Bayer lại ảnh hưởng sâu sắc tới phương pháp luận thông thường về layout trang. Sách được in theo kiểu căn đều bên trái, nhấp nhô bên phải hiện đang rất phổ biến.



Hình |1-59|

Chữ Universal do Herbert Bayer thiết kế năm 1925. © *Bản quyền năm 2005 thuộc về ARS, New York/ VG Bild-Kunst, Bonn.*

Năm 1925: Trường Bauhaus chuyển về Dessau

Năm 1925, do những căng thẳng chính trị với chính quyền Weimar, trường Bauhaus đã chuyển từ Weimar về Dessau - một thành phố nhỏ của nước Đức. Tuy nhiên, căng thẳng chính trị ngày càng trở nên tồi tệ; đến năm 1931, đảng Đức quốc xã có thế lực chính trị rất lớn ở Dessau. Cuối cùng, các hành động đàn áp và quấy nhiễu của Đức quốc xã đã khiến Hội đồng giảng viên của trường Bauhaus phải giải thể vào năm 1923. Nhiều giảng viên, trong đó có Walter Gropius, Herbert Bayer, Laszlo Moholy-Nagy đã chạy trốn khỏi Đức quốc xã để tới Mỹ và tại đây, họ tiếp tục trở thành những nhân vật có tầm ảnh hưởng lớn trong giới thiết kế cũng như đào tạo thiết kế. Năm 1937, Moholy-Nagy thành lập trường Bauhaus mới ở Chicago và từ đó, trường được đổi tên thành Học viện Công nghệ Illinois (Illinois Institute of Technology).

1925 - 1970

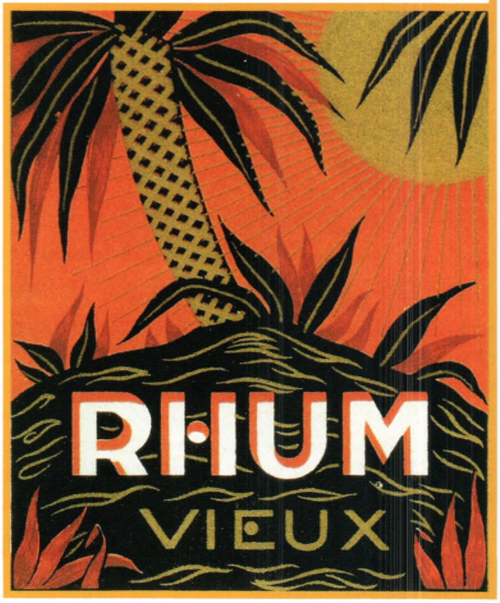
THỜI KỲ CÁCH MẠNG THÔNG TIN

Năm 1925: Thiết kế cuối thời kỳ Hiện đại

Khi công nghệ phát triển, thế giới dường như ngày càng trở nên nhỏ bé. Những tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực vận tải, truyền thông đã tạo ra nền kinh tế toàn cầu hóa với đặc điểm là sự gia tăng của các thông điệp quảng cáo, chính trị - xã hội được truyền tải qua sóng phát thanh, sóng radio, đường điện thoại, sau này là mạng máy tính và vệ tinh địa tĩnh. Rào cản thông tin mà chúng ta biết đến ngày nay bắt đầu từ sau Thế chiến I và chỉ thực sự được xóa bỏ sau Thế chiến II khi nhiều tiến bộ công nghệ sáng tạo cho quân đội được áp dụng vào mục đích dân sự. Ảnh hưởng từ sự phát triển lớn mạnh của thời kỳ hậu chiến (post-war) tới thiết kế là nỗ lực chung trong việc điều chỉnh thế giới bận rộn, hỗn độn và đa dạng hơn thông qua một ngôn ngữ thị giác nhấn mạnh cấu trúc, tính khách quan, sự rõ ràng, sự đơn giản cũng như Chủ nghĩa Quốc tế (Internationalism).

Năm 1925: Phong trào Art Deco

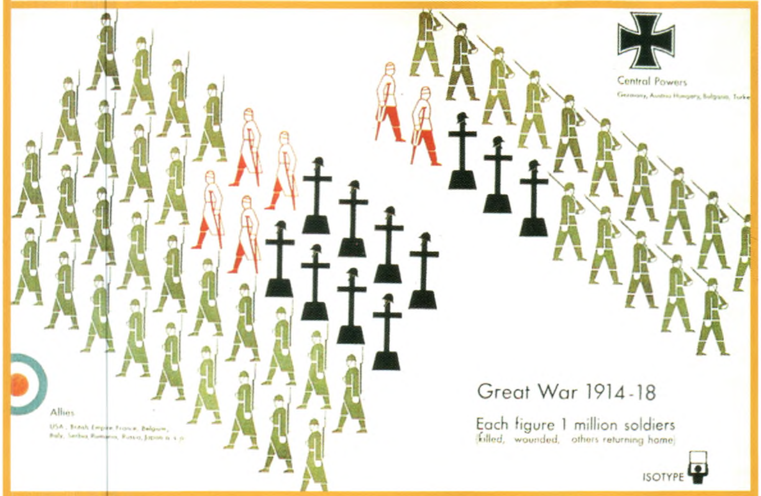
Năm 1925, phong cách Art Deco (Trang trí Nghệ thuật) được giới thiệu tại Triển lãm quốc tế về nghệ thuật trang trí và công nghiệp hiện đại ở Paris. Tương tự các phong trào Nghệ thuật Hiện đại khác, phong trào Art Deco dựa trên các hình dạng hình học được đơn giản hóa. Tuy nhiên, khác với các phong trào Nghệ thuật Hiện đại khác, mục đích của phong trào Art Deco là sự tô điểm một cách trang nhã cho các sản phẩm thương mại, đối lập với biểu hiện của bất cứ hệ tư tưởng xã hội hoặc chính trị nào. Phong cách Art Deco rất phổ biến, có lẽ nhờ khả năng dễ dàng tiếp cận với đại chúng hơn so với một số phong trào Nghệ thuật Hiện đại trừu tượng và ý thức hệ khác. Các thiết kế Art Deco truyền tải một hình ảnh say đắm, sung túc, tô điểm cho thế giới tiêu dùng bằng những họa tiết và hoa văn hình học đẹp lạ kỳ mang phong cách Ai Cập, Á Đông, Aztec. Những typeface và layout cuốn hút, ấn tượng được tạo ra bằng cách sử dụng sự tương phản mạnh mẽ giữa các hình dạng dày và mảnh, sáng và tối, thẳng và cong (Hình 1-60). Sự phổ biến của phong cách Art Deco được duy trì cho tới khoảng năm 1940, khi sự thiếu thốn và nghèo khổ mà Thế chiến II gây ra khiến sức tiêu thụ giảm mạnh. Rất nhiều font Display trang nhã và sang trọng mang phong cách Art Deco thiết kế trong giai đoạn này được khôi phục dưới dạng kỹ thuật số. Ba trong số các font này - gồm Parisian, Broadway và Day Tripper NF - được minh họa ở hai trang 162 và 163 của Chương 3.



Hình |1-60|

Thiết kế bao bì *Rượu Rhum* theo phong cách Art Deco năm 1928. *Ảnh do Công ty TNHH Rikuyosha cung cấp.*

Năm 1928 Năm 1932



Hình |1-61|

Biểu đồ ISOTYPE, The Great Wart of 1914-18 (tạm dịch: Cuộc chiến tranh vĩ đại 1914-1918), 1933. Ảnh được lấy từ Bộ sưu tập Otto & Marie Neurath Isotype, Khoa Typography & Truyền thông Đồ họa. © Bản quyền thuộc Đại học Reading.

Năm 1928: Phong trào ISOTYPE

Năm 1928, Otto Neurath (Áo) lãnh đạo một nhóm nhà thiết kế xây dựng nên ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education - Hệ thống Đào tạo Hình ảnh Typography Quốc tế). Các pictograph (chữ vẽ hình) hữu dụng và dễ hiểu này được thiết kế để dùng trên biển báo, đồ thị và biểu đồ, nhằm mô tả dữ liệu thống kê (Hình 1-61).

Năm 1928: Phong cách Typography mới

Năm 1923, sau lần tham dự triển lãm của trường Bauhaus tại Weimar, Jan Tschichold (Đức) bị ấn tượng mạnh đến nỗi hai năm sau đó, ông đã xuất bản một bài viết có tên là "Elementaire typographie" (tạm dịch: "Typography cơ bản"), mô tả phong cách typography mới mà ông nhận thấy đang phát triển. Tschichold khẳng định rằng: Rất cần có một "phong cách typography mới" cho kỷ nguyên mới của nền công nghiệp khiến người ta có ít thời gian để đọc hơn, trong khi các tư liệu đọc họ quan tâm lại có tính cạnh tranh cao hơn bao giờ hết. Tschichold cho rằng, tiêu chuẩn thiết kế chữ của kỷ nguyên hiện đại cần rõ ràng chứ không cần đẹp, nên kiểu trang trí không phù hợp cho mục đích này. Năm 1928, ông xuất bản cuốn sách *The New Typography* (tạm dịch: *Phong cách Typography mới*), tác phẩm giống như một cuốn sổ tay trình bày về các quy tắc sử dụng chữ và bố cục trang. Sau này, khi chín chắn hơn, Tschichold đã phải thừa nhận các giá trị của typography truyền thống, đồng thời thể hiện sự hối tiếc vì đã cố gắng hệ thống hóa sự sáng tạo. Tuy nhiên, tầm ảnh hưởng sâu rộng từ các ấn phẩm đọc của Tschichold đã thúc đẩy sự lan truyền của phương pháp thiết kế thực dụng trên khắp châu Âu và Mỹ, ở đó chức năng và tính rõ ràng được đặt lên hàng đầu.

Năm 1932: Cáo buộc của Chính quyền Xô Viết

Ban đầu, chính quyền Xô Viết rất hoan nghênh những đóng góp của Chủ nghĩa Kiến tạo đối với sự nghiệp cách mạng, song tướng Stalin không hoan nghênh chiều hướng quốc tế mà phong trào này đề xướng. Năm 1932, Stalin tuyên bố phong cách nghệ thuật duy nhất được chấp nhận là Chủ nghĩa Xã hội (Social Realism), đề cao hình ảnh thực tế miêu tả cuộc sống Xô Viết và giá trị của người Cộng sản. Stalin quyết định Chủ nghĩa Xã hội sẽ tốt hơn cho việc tuyên truyền, nên đã cáo buộc các nghệ sỹ theo Chủ nghĩa Kiến tạo là "chủ nghĩa thế giới tư bản phản quốc" (nghĩa là toàn cầu hóa tư bản chủ nghĩa) và rút lại sự ủng hộ đối với phong trào Kiến tạo. Không nhận được sự ủng hộ của chính quyền Xô Viết, phong trào Kiến tạo dần tan rã trong Liên bang Xô Viết. Tuy nhiên, vào thời điểm đó, những tác động của phong trào này đã ảnh hưởng tới thế giới, và truyền thống của nó vẫn được tiếp diễn trong suốt thập niên 1930.

1925 - 1970: THỜI KỲ CÁCH MẠNG THÔNG TIN

Năm 1933: Thiết kế cuối thời kỳ Hiện đại — Năm 1945



Hình |1-62|

Cuốn sách mỏng mang phong cách Art Deco Streamline, *Color Beauties of a Century of Progress* (tạm dịch: *Vẻ đẹp màu sắc của một thế kỷ phát triển*), Chicago, 1933. *Ảnh do Trung tâm Nghiên cứu các bộ sưu tập đặc biệt, Thư viện Đại học Chicago, http://century.lib.uchicago.edu/ cung cấp.*

Năm 1933: Phong cách Streamline

Năm 1933, phong cách Art Deco có tên là Streamline đã được giới thiệu tại Hội chợ Thế giới ở Chicago. Các thiết kế và font theo phong cách Streamline có rất ít họa tiết trang trí song vẫn đạt được sự trang nhã không thua kém những thiết kế Art Deco khác. Thiết kế Streamline dựa trên ngôn ngữ khí động học (aerodynami vocabulary) của các đường chuyển động và tốc độ (Hình 1-62). Các font kỹ thuật số Streamline, Red Star Line NF và Ambient trên trang 150 và 164 của Chương 3 được dựa trên những typeface Art Deco Streamline đơn giản nhưng tinh tế của thập niên 1930.

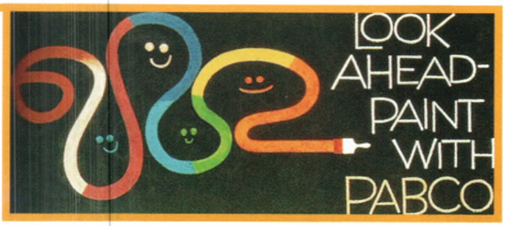
Hình |1-63|

Poster *Büro* mang phong cách Typography Quốc tế, do Théo Ballmer (Thụy Sỹ) thiết kế năm 1928.

Năm 1945: Phong cách Typography Quốc tế

Khoảng năm 1945, hai cựu sinh viên người Thụy Sỹ của trường Bauhaus là Théo Ballmer và Max Bill nhận thấy rằng, toàn cầu hóa gia tăng đang tạo ra nhu cầu về một ngôn ngữ thị giác phù hợp, dùng cho truyền thông quốc tế. Phong cách mà họ phát triển được gọi là Typography Quốc tế (International Typographic Style), hay còn gọi là Phong cách Quốc tế của Thụy Sỹ (Swiss International Style), dựa trên sự sắp xếp rõ ràng các thành phần, nghệ thuật nhiếp ảnh, các thiết kế trừu tượng và typeface Sans-serif, như minh họa ở Hình 1-63. Bất cứ thành phần nào có thể khiến khán giả quốc tế khó hiểu đều bị loại bỏ. Những layout không có cảm xúc được sáng tạo chủ yếu dựa trên các tổ hợp lưới toán học và một phương pháp tổ chức thông tin phân cấp. Tất cả các thành phần đều được lựa chọn và định cỡ, nhằm tạo ra layout cung cấp thông tin trực tiếp. Tính khách quan điềm tĩnh của phong cách Typography Quốc tế rất được yêu thích, đặc biệt là trong các nhóm doanh nghiệp, đặc điểm này cũng thống trị nước Mỹ và châu Âu suốt thập niên 1950. Typeface mang phong cách Typography Quốc tế là typeface Sans-serif, dựa trên các dạng hình học. Typeface Helvetica trên trang 137 (Chương 3) do Max Miedinger thiết kế năm 1952 là một trong những typeface được sử dụng rộng rãi nhất trong lịch sử. Typeface Univers ở trang 134 (Chương 3) do Adrian Frutiger thiết kế năm 1957 cũng rất phổ biến, do typeface này có rất nhiều kiểu chữ khác nhau. Thay vì đặt tên cho từng kiểu chữ Univers, Frutiger phát minh ra một hệ thống đánh số sáng tạo thể hiện được mức độ weight (độ đậm) và độ rộng của chữ. Ông đã sử dụng biểu đồ được minh họa trên trang 133 (Chương 3) để tổ chức và biểu thị họ chữ Univers.





Hình |1-64|

Biển quảng cáo ngoài trời (advertising billboard), *Looking Ahead - Paint with Pabco* (tạm dịch: *Nhìn về phía trước - Vẽ với Pabco*) do Saul Bass thiết kế. *Ảnh do Saul Bass cung cấp.*

Năm 1945: Phong cách American Corporate

Trong suốt thập niên 1950 đến thập niên 1960, một phong cách dàn trang và sử dụng chữ rõ ràng xuất hiện tại Mỹ. Các tập đoàn thịnh vượng của Mỹ rất chuộng layout đơn giản, uyển chuyển cùng với văn bản truyền tải thông điệp trực tiếp của phong cách Typography Quốc tế. Họ thuê các nhà thiết kế như Paul Rand, Saul Bass và Otto Storch quảng cáo cho sản phẩm và diện mạo của công ty mình. Các nhà thiết kế này đã bổ sung "hương vị Mỹ" cho thể thức của phong cách Typography Quốc tế bằng việc tạo ra những thiết kế ý niệm dí dỏm để bày bán sản phẩm của doanh nghiệp và cá nhân. Sử dụng các gợi ý thị giác nhằm khuyến khích óc hài hước và khả năng tiếp nhận của khán giả, họ đã giải quyết nhanh gọn các vấn đề mà không phải hy sinh việc thể hiện cá tính trong quá trình thiết kế. Họ đã tạo ra những layout trực tiếp, gần gũi bằng cách kết hợp văn bản và hình ảnh với các kỹ thuật như cắt dán, chơi chữ (wordplay), bóp méo, minh họa và nhiếp ảnh (Hình 1-64).

Năm 1949: Máy sắp chữ trên phim kỹ thuật số

Máy sắp chữ trên phim (photocompositor) đầu tiên sử dụng công nghệ kỹ thuật số có tên là PhotonLumitype, được Rene Higonnet và Louis Moyrund (Pháp) ra mắt năm 1949. PhotonLumitype có một chiếc máy tính thô sơ nối bàn phím với bộ phận chụp ảnh. Chiếc máy này có thể tạo tới 28.000 ký tự trong một giờ. Một cuốn sách xuất bản năm 1964 được coi là cột mốc trong lĩnh vực sắp chữ hình ảnh giống như cuốn Kinh Thánh 42 dòng của Gutenberg đã làm thay đổi ngành in ấn. Đó là cuốn *Index Medicus* dài trên 600 trang, được sắp chữ hình ảnh trong khoảng 12 giờ đồng hồ; với tài liệu như vậy, nếu sản xuất trên máy sắp chữ (type-casting machine) có thể mất tới một năm để hoàn tất! Phát minh ra máy sắp chữ trên phim PhotonLumitype đã thiết lập một lối sắp chữ mới theo hướng tạo ảnh kỹ thuật số; tuy nhiên, phải hàng thập kỷ sau đó, sự tiến hóa này mới thực sự diễn ra.

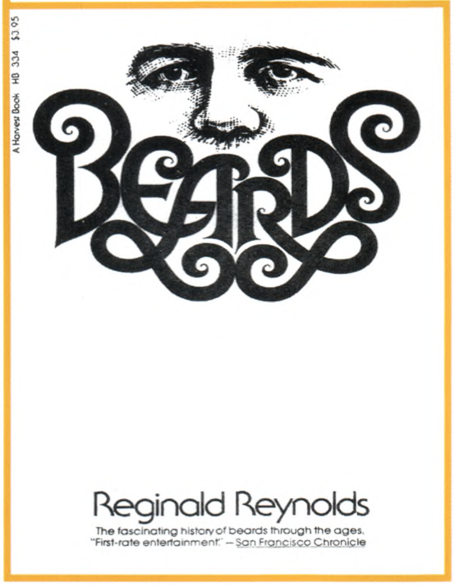
Năm 1946: Sắp chữ hình ảnh và sắp chữ trên phim

Năm 1946, máy sắp chữ Intertype Fotosetter được lắp đặt cho Nhà in Chính phủ ở Washington và chỉ trong vài năm đã được phổ biến rộng rãi. Mặc dù được phát triển từ năm 1925, song do bị gián đoạn bởi Thế chiến I và Thế chiến II nên Fotosetter trở thành chiếc máy sắp chữ hình ảnh (phototypesetting) đầu tiên được sử dụng trên diện rộng. Fotosetter hoạt động bằng cách đặt các ký tự trên một ma trận tuần hoàn theo thứ tự, sau đó ghi lại lên một băng từ thông qua bàn phím. Hệ thống này hoạt động tương tự chiếc Monotype, chỉ khác là bánh xe được thay thế bằng bộ phận chụp hình. Lợi ích chính của máy sắp chữ hình ảnh nằm ở chỗ: Chỉ với một ma trận chữ âm bản, nhà thiết kế có thể tạo ra một dãy gồm đủ các kích thước chữ khác nhau, các ký tự có thể dễ dàng được chồng lên nhau, từ đó đem đến cho các nhà thiết kế sự tự do mới khi sắp chữ. Sắp chữ trên phim, hay xếp chữ bằng in chụp (photocomposition) giúp việc kết hợp từ ngữ và tranh ảnh cho quy trình in thạch bản trở nên dễ dàng hơn. Ban đầu, máy sắp chữ hình ảnh chủ yếu được sử dụng cho layout trình bày và layout sách trẻ em, song các nhà sáng chế liên tục thử nghiệm nhiều máy móc và phương pháp nhiếp ảnh mới để sắp chữ, đồng thời tạo ra các layout hiệu quả với giá thành rẻ.

1925 - 1970: THỜI KỲ CÁCH MẠNG THÔNG TIN

Năm 1950: Thiết kế cuối thời kỳ Hiện đại

Năm 1954



Năm 1950: Typography tượng trưng (figurative typography)

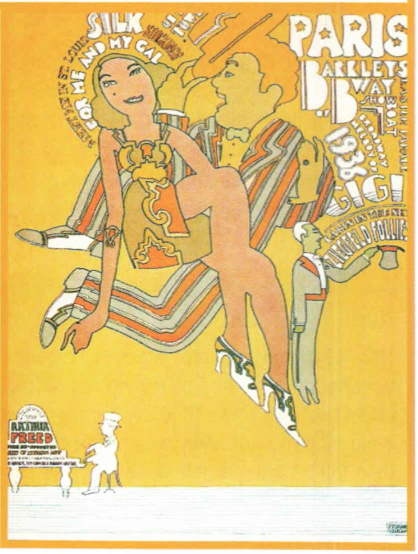
Trong suốt thập niên 1950, 1960 và 1970, Gene Federico, Herb Lubalin cùng nhiều nhà thiết kế khác đã phát triển phương pháp sử dụng chữ khôi hài của phong cách America Corporate bằng việc thử nghiệm nhiều cách tích hợp chữ và hình ảnh mới, giúp phá vỡ thêm các ranh giới truyền thống đã chia rẽ họ. Hình ảnh trở thành lời nói và ngược lại. Chữ hình người (anthropomorphic type) tác động qua lại về mặt vật lý với hình ảnh và chữ khác (Hình 1-65). Tiến bộ về công nghệ sắp chữ hình ảnh đã biến những khả năng sáng tạo mới trong việc xếp chồng và định cỡ mẫu chữ trở nên khả thi. Các tùy chọn mới này đã được khám phá để tạo ra những thiết kế vừa truyền tải nội dung, vừa thể hiện được ý nghĩa, cảm xúc cũng như cá tính.

Hình |1-65|

Thiết kế bìa sách *Beards* (tạm dịch: *Bộ râu*) mang tính tượng trưng của Herb Lubalin năm 1975. *Ảnh do Trung tâm Nghiên cứu Herb Lubalin về Đề tài Thiết kế và Typography thuộc Trường Nghệ thuật Cooper Union cung cấp.*

Năm 1954: Phong cách Phục hưng và Chiết trung

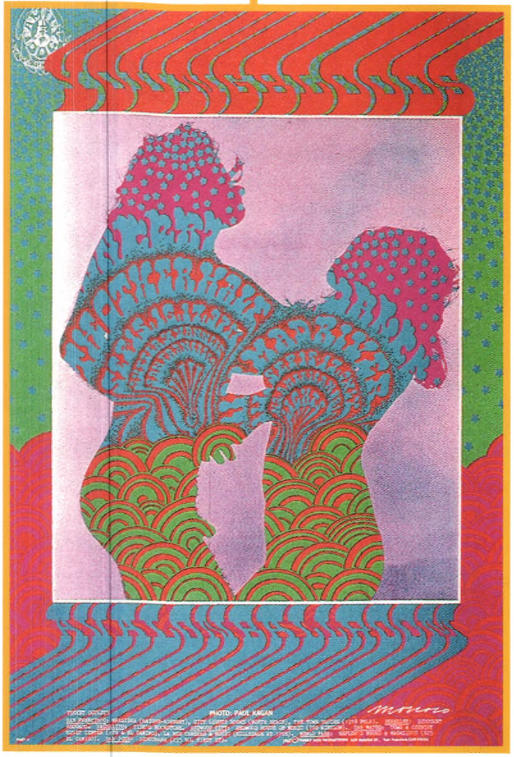
Cả phong cách Phục hưng (Revivalism) lẫn Chiết trung (Eclectictism) đều được các nhà thiết kế Milton Glazer, Seymour Chwast và Edward Sorel của studio Push Pin và tạp chí *Push Pin Graphics* (tạm dịch: *Tác phẩm Đồ họa của Push Pin*) truyền bá rộng rãi, bắt đầu vào thập niên 1950. Phong cách Phục hưng đề cập đến việc áp dụng lại các typeface lỗi thời, còn phong cách Chiết trung đề cập tới một phương pháp kết hợp những typeface tổ hợp (combining typeface) trong thiết kế. Glazer và Chwast bắt đầu khôi phục các typeface trang trí trong quá khứ không còn được ưa chuộng ở nửa đầu thế kỷ 19, sau đó kết hợp chúng với những typeface và hình vẽ mới hơn trong một tác phẩm pha trộn cả thiết kế lẫn minh họa. Các phong cách cũ được những thợ in thiếu kinh nghiệm của thập niên 1800 kết hợp lộn xộn được tái kết hợp một cách khéo léo, đồng thời bổ sung thêm những typeface mới hơn, sự hiểu biết tinh tế hơn về thiết kế (Hình 1-66). Đến thập niên 1960, rất dễ để bắt gặp các thiết kế chứa nhiều loại typeface khác nhau. Năm 1974, Mike Salisbury đến từ California đã áp dụng các ý tưởng thiết kế tương tự khi tái tạo định dạng của tạp chí *Rolling Stone* (tạm dịch: *Đá lăn*). Salisbury đã thay đổi mạnh mẽ cách sử dụng chữ từ bài viết này sang bài kế tiếp, đem đến vẻ ngẫu hứng tự nhiên đa dạng và năng động mà khán giả rock'n'roll của tạp chí *Rolling Stone* có thể cảm nhận rất rõ.



Hình |1-66|

Poster phong cách Phục hưng/Chiết trung. *Ảnh do Seymour Chwast của studio Push Pin cung cấp.*

Năm 1966



Hình |1-67|

Poster *Psychedelic* (*Ảo giác*) do Victor Moscoso thiết kế năm 1967. © *Bản quyền thuộc về Chester Helms, DBA Family Dog Production.*

Năm 1966: Nghệ thuật Ảo giác

Thay vì phá vỡ các "quy tắc" typography, trào lưu Nghệ thuật Ảo giác (Psychedelic Art movement) của thập niên 1960 được lập ra để đi ngược lại những quy tắc đó. Các poster ảo giác quảng cáo cho những điệu múa văn hóa và buổi biểu diễn nhạc rock'n'roll không đưa ra những thông điệp rõ ràng; thay vì vậy, khán giả phải tự mình giải mã ý nghĩa của chúng. Mục tiêu của các nhà thiết kế này không phải là truyền tải thông điệp một cách súc tích, hiệu quả mà nhằm thu hút người xem càng lâu càng tốt - kích thích tri giác của họ bằng cách khơi gợi niềm hứng thú từ tác phẩm không dễ gì hiểu được. Những sự kết hợp màu sắc rực rỡ giống như ảo giác, các chữ Victorian tự nhiên và ký tự viết tay uốn lượn, cuốn xoáy mạnh mẽ thường được sử dụng kết hợp với những hình vẽ phức tạp, ảnh chụp thử thách thị giác và biểu tượng học Đông Ấn (East Indian iconography) (Hình 1-67). Trào lưu Nghệ thuật Ảo giác tập trung ở San Francisco, nơi Milton Glazer, Seymour Chwast, Lee Conklin, Rick Griffin, Alton Kelley, Bonnie Maclean, Victor Moscoso, Stanley Mouse, David Singer, Wes Wilson cùng các nhà thiết kế khác đã tạo ra nhiều poster, tờ rơi và tờ báo chủ yếu dành cho khách hàng thuộc ngành công nghiệp âm nhạc. Chữ ảo giác rất được đón nhận, song vì tính rõ ràng không cao nên chúng được biết đến rất ít tại nước Mỹ cho đến năm 1969, khi các font "chữ ảo giác" cho máy sắp chữ hình ảnh xuất hiện. Sau đó, những người khởi xướng phong trào này dần mất đi sự hứng thú. Ví dụ về font kỹ thuật số dựa trên các typeface thử thách thị giác của trào lưu Nghệ thuật Ảo giác bao gồm: Hendrix, Elephant Bells và Macrame Super Triline. Bạn có thể tham khảo những font này trên trang 166 của Chương 3.

Năm 1955: Chữ chuyển động

Chữ chuyển động (kinetic type) được Saul Bass khởi xướng vào thập niên 1950 thông qua chuỗi tiêu đề sáng tạo cho bộ phim *The Man with the Golden Arm* (tạm dịch: *Người đàn ông có bàn tay vàng*). Trước đó, các tiêu đề phim và danh sách ê-kíp thực hiện nêu tên các diễn viên, đạo diễn, người quay phim,... phần lớn dựa trên mô hình sâu khấu - tĩnh (static) hoặc cuộn (scrolling). Suốt thập niên 1960, các nhà thiết kế sử dụng những kỹ thuật vô cùng sáng tạo như hoạt hình line art (vẽ nét đơn), hoạt hình đất sét (claymation) và nhiếp ảnh để tạo ra các tác phẩm chữ chuyển động táo bạo, vui nhộn, ý nghĩa cho hàng trăm tiêu đề phim. Tuy nhiên, sự sụp đổ của thị trường chứng khoán và cuộc khủng hoảng bảo hiểm năm 1974 khiến các nhà làm phim buộc phải loại bỏ các chuỗi tiêu đề được thiết kế đặc biệt ra khỏi ngân sách của họ, từ đó lĩnh vực chữ chuyển động đi vào đình trệ.

1970 - NGÀY NAY

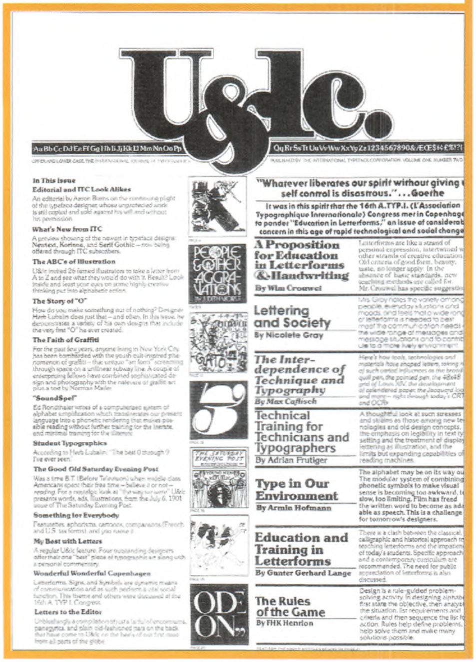
THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1970: Thiết kế thời kỳ Cách mạng Kỹ thuật số và Hậu hiện đại

Chiếc máy tính thương mại đầu tiên được giới thiệu vào năm 1951 và các công nghệ máy tính được kết hợp với sắp chữ trên phim kể từ thập niên 1960; tuy nhiên, cuộc Cách mạng Kỹ thuật số (Digital Revolution) chỉ thực sự bắt đầu vào năm 1977, với sự ra đời của chiếc máy tính cá nhân đầu tiên trên thế giới. Ngay khi các công nghệ máy tính trở thành một thị trường bình dân, mức phổ biến của chúng bắt đầu tăng vọt. Thông tin từ Cục Điều tra Dân số Mỹ (U.S Census Bureau) cho biết: Từ năm 1984 đến năm 2000, số hộ gia đình sở hữu máy tính cá nhân tăng từ 8,2% lên 51%. Sự tiến bộ của các công nghệ máy tính đã giúp chất lượng độ phân giải cũng như tính dễ dàng của việc sử dụng chữ ngày càng tăng. Các phần mềm đồ họa cho phép nhà thiết kế và những người đam mê lĩnh vực này có thể thiết kế cũng như tạo ra các loại font, tài liệu in ấn và giao diện màn hình với chất lượng chuyên nghiệp. Các vai trò tách biệt theo truyền thống bao gồm: Thợ sắp chữ (compositor), biên tập viên (editor), thợ đúc chữ (type founder), nhà thiết kế (designer), thợ in (printer) và độc giả (reader) được hợp nhất và đan xen lẫn nhau. Chính điều này đã tạo ra một sự bùng nổ cách mạng về sản phẩm sáng tạo, bao gồm sự đột phá trong việc sử dụng thiết kế chữ và font, kèm theo đó là tình trạng dư thừa tài liệu và font được thiết kế với chất lượng kém. Sự phong phú của các thiết kế font mới xuất hiện trong những năm gần đây chính là dư âm từ năng suất thiết kế của cuộc Cách mạng Công nghiệp.

Năm 1970: Công ty Typeface Quốc tế

Năm 1970, một công ty với sứ mệnh bảo vệ nhà thiết kế khỏi các hành vi đạo ý tưởng (plagiarism) đã được thành lập. Những người sáng lập ra công ty này - Herb Lubalin, Edward Rondthaler và Aaron Burns - gọi đây là Công ty Typeface Quốc tế (International Typeface Corporation - ITC). Do sự phát triển của các công nghệ sắp chữ hình ảnh mới, việc sản xuất chữ trở nên ít tốn kém hơn rất nhiều và cũng dễ dàng đánh cắp hơn nhiều. Nhà thiết kế gặp khó khăn với việc bảo vệ các thiết kế được cấp bản quyền của mình cũng như việc thu tiền từ những hoạt động sử dụng thành quả typography mà họ phải bỏ sức lao động ra mới có được. Bằng việc cộng tác với nhiều nhà thiết kế để thương mại hóa và cấp giấy phép cho các font của họ, ITC có thể khuyến khích sự đổi mới trong lĩnh vực thiết kế chữ nhờ tạo dựng một thị trường cho các loại font, trong khi đó vẫn bảo vệ được lợi ích hợp pháp của những nhà thiết kế này. Suốt thập kỷ 1970, những font mà ITC giới thiệu thường có phần x-height (chiều cao cơ sở) lớn, set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao) được thiết lập ở kích thước lớn, phần ascender cũng như phần descender ngắn (Hình 1-68). Chương 2 sẽ đề cập chi tiết về những thành phần này. Các font ITC được sử dụng rộng rãi, giúp tạo nên vẻ khác biệt gắn liền với thời đại đó. Font ITC Souvenir do Edward Benguiat thiết kế năm 1972 là một trong những typeface phổ biến nhất suốt thập niên 1970 (xem trang 89 ở Chương 3).



Hình |1-68|

Bìa cuốn sách *U&lc* do Herb Lubalin thiết kế năm 1974. *Ảnh do Trung tâm Nghiên cứu Lubalin về Thiết kế và Typogarphy thuộc Trường Nghệ thuật Cooper Union cung cấp.*

Các tiến bộ công nghệ thời kỳ Cách mạng Kỹ thuật số

Chicago
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZabcdefghijklmnop
qrstuvwxyz1234567890

Geneva
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZabcdefghijklmnopqr
stuvwxyz1234567890

Monaco
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
WXYZabcdefghijklmnopqr
stuvwxyz1234567890

New York
ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZabcdefghijklmno
pqrstuvwxyz1234567890

Hình |1-69|

Các font màn hình của Susan Kare.

Năm 1970: Phát minh ra máy in ma trận điểm

Năm 1970, Centronics giới thiệu chiếc máy in ma trận điểm (dot-matrix printer) đầu tiên; đây là máy in đầu tiên được sử dụng với máy tính. Máy in ma trận điểm tạo ra chữ bằng cách sử dụng một chuỗi điểm in (printed dot). Những chữ chấm chấm này thường rất khó đọc, do cấu trúc bề mặt/họa tiết (texture) của chúng không đồng đều. Năm 1983, Susan Kare đã thiết kế những hệ font đầu tiên đạt được tính rõ ràng cao khi hiển thị trên màn hình và khi được in với độ phân giải thấp của một chiếc máy in ma trận điểm (Hình 1-69), bao gồm: Chicago, Geneva, Monaco và New York. Loạt font này đã thiết lập một hướng đi cho các nhà thiết kế - những người đang gặp khó khăn với việc thiết kế font cho các phương tiện mới là giao diện màn hình máy tính và in ấn vi tính.

Năm 1984: Các định dạng font

Định dạng font PostScript được Adobe ban hành lần đầu năm 1984. Với khả năng mở rộng và phổ biến, ngôn ngữ in ấn này chứng tỏ tính cách mạng ở chỗ độc lập với thiết bị, nghĩa là có thể được sử dụng tương thích trên nhiều thiết bị do các nhà sản xuất khác nhau tạo ra. Trước khi PostScript ra đời, các font được phát triển riêng cho các máy tính thương hiệu và chỉ có thể làm việc với phần cứng xác định. Các font PostScript (Type 1) được giới thiệu cùng với Aldus Pagemaker - chương trình chế bản điện tử đầu tiên trên thế giới. Pagemaker sử dụng định dạng PostScript để xuất chữ ra máy in laser và in với chất lượng chuyên nghiệp. Năm 1991, hãng Máy tính Apple đã phát hành một định dạng font mới tên là TrueType, có khả năng mở rộng và tương thích trên cả nền tảng Macintosh lẫn Windows. Microsoft đã cấp phép, sửa đổi lại cho phù hợp và thông qua phần mềm này. Một sự bùng nổ về phát triển font đã diễn ra sau đó, nền tảng Windows ngày càng được sử dụng nhiều hơn trong lĩnh vực chế bản điện tử. Khoảng năm 1996, Adobe và Microsoft đã cộng tác cùng nhau, với nỗ lực đưa ra một định dạng font mới tên là OpenType, kết hợp các đặc điểm tốt nhất của hai định dạng PostScript và TrueType.

Phong cách thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại

Các phong cách thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại (Postmodern) là sự kế thừa đầy biểu cảm, tràn đầy năng lượng từ sự rõ ràng điềm tĩnh và tính hình học của trào lưu Nghệ thuật Hiện đại. Sự chuyển dịch từ giá trị cộng đồng sang chủ nghĩa cá nhân đã diễn ra trong các xã hội công nghiệp hóa với nhịp độ nhanh hơn bao giờ hết. Sự ra đời của truyền hình cáp, các trò chơi video và máy tính đã tạo ra một thế hệ nhà thiết kế có trải nghiệm về đời sống tập thể không thể biểu lộ được thông qua thuyết chức năng khách quan (objective fuctionalism) điềm tĩnh thuộc trào lưu Nghệ thuật Hiện đại. Mỗi phong trào thiết kế xuất hiện vào giai đoạn này đều tràn đầy năng lượng, táo bạo và đậm chất cá tính. Vào khoảng thập niên 1990, những quan điểm xã hội tiến bộ hưởng ứng sự đa dạng đã trở thành chất xúc tác khiến các phong trào thiết kế phải đặt ra những câu hỏi về tính chính thống của các cấu trúc thị giác và những giá trị chiếm ưu thế đã được thừa nhận. Do xu hướng phổ biến của các chương trình truyền hình, trò chơi video và lướt Web, khán giả bị "tấn công" bởi ngày càng nhiều thông điệp cùng lúc chuyển đến; họ cũng dần quen với tốc độ mới và sự đa chiều của thông tin đầu vào. Các nhà thiết kế bắt đầu tạo cho khán giả những khoảng chú ý ngắn và khả năng đa nhiệm được xây dựng tốt. Ngoài ra, các khả năng tương tác và đồ họa chuyển động kỹ thuật số đem lại một khung cảnh đa chiều mới, kéo vai trò của nhà thiết kế và người xem lại gần nhau hơn, đồng thời đưa ra một lĩnh vực thiết kế hoàn toàn mới cho mọi người thỏa sức khám phá. Người ta bắt đầu đặt câu hỏi về đối tượng tri giác (precept) mà các lý thuyết thiết kế thịnh hành lấy làm cơ sở, bao gồm sự sáng sủa (clarity), tính rõ ràng, tính khách quan (objectivity) và giả thuyết rằng các biểu tượng đó có những ý nghĩa nhất định. Nội dung đối thoại này vẫn còn tiếp diễn cho đến nay.

Năm 1970 — Năm 1984

1970 - NGÀY NAY: THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1976: Thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại



Hình |1-70|

Poster mang phong cách Punk, *The Humans* (tạm dịch: *Con người*). © *Bản quyền năm 1980 của Su, Suttle, NekoStudios.com.*

Năm 1976: Trào lưu Punk

Khoảng năm 1976 nổi lên một trào lưu hướng đến giới trẻ (youth-oriented movement) trong lĩnh vực nghệ thuật, âm nhạc và thời trang, khởi phát từ London với tên gọi Punk. Punk là sự biểu hiện của triết lý ca ngợi sự trẻ trung, cá tính, thuyết hư vô (nihilism), sự gây hấn, thể hiện bản thân một cách tự do và sự nổi loạn chống lại tầng lớp lãnh đạo. Những thanh niên thất vọng cảm thấy thế hệ trước thật đạo đức giả khi bán hết lý tưởng tự do cho lợi ích của các công ty bảo thủ, họ thể hiện thái độ khinh miệt của mình thông qua âm nhạc chói tai, phong cách thời trang gây sốc cùng các thiết kế tự chế thể hiện sự bất kính và nổi loạn. Thiết kế Punk thường được nhìn thấy ở tờ rơi quảng cáo chương trình âm nhạc, bìa đĩa album và tạp chí thời trang. Do phong trào này đề cao quyền tự chủ, nên người ta tránh sử dụng các dụng cụ sản xuất để tạo ra tác phẩm. Thay vào đó, họ sử dụng bất cứ công cụ nào sẵn có lại rẻ tiền như máy đánh chữ, máy photocopy, giấy nến, chữ và hình ảnh đúc, thậm chí là chữ viết tay của chính mình. Sự cắt ghép của chữ và hình ảnh đúc với chữ và hình ảnh vẽ tạo nên những bố cục lộn xộn (Hình 1-70). Việc loại bỏ các quy tắc typography hiện hành nhằm ủng hộ sự thể hiện tư tưởng tự do của trào lưu Punk đã mở đường cho nhiều trào lưu thiết kế chính thống sau này, đó là những trào lưu phản ứng chống lại tính cứng nhắc của các xu hướng hiện đại đang rất thịnh hành.

Hình |1-71|

Poster theo phong trào New Wave, *18. Didacta Eurodidac* do Wolfgang Weingart thiết kế năm 1981.



Năm 1976: Trào lưu New Wave

Wolfgang Weingart là một trong những nhà thiết kế Thụy Sỹ có tầm ảnh hưởng đầu tiên biến sự chuyển hướng (departure) thành phong cách thiết kế New Wave (Làn sóng mới). Vào khoảng thập niên 1970, Weingart đã bác bỏ sự chính xác cân đối, các góc vuông và tính rõ ràng ở mức cao của phong cách Typography Quốc tế, đồng thời bắt đầu tạo ra nhiều tác phẩm đậm tính trực giác hơn, vui nhộn hơn. Ông đã thách thức các hệ thống layout truyền thống hiện có bằng việc thay đổi stroke weight (độ đậm của nét) cho từ ở giữa (mid-word), kéo dài và loại bỏ khoảng lùi đầu dòng của các đoạn văn cũng như thử nghiệm những phương án letterspacing (khoảng cách chữ) khác nhau. Weingart cũng bắt đầu một xu hướng sử dụng hình dạng của các đoạn văn để tạo ra thành phần cấu trúc hình học (Hình 1-71). Một người Mỹ tên là April Greiman đã theo học Weingart ở châu Âu và góp công lớn trong việc đưa phong cách thiết kế New Wave ban đầu tới San Francisco. Greiman đã mở rộng vốn từ cơ bản của New Wave, sử dụng các kỹ thuật ghép ảnh (photomontage), kỹ thuật số, chồng lấn (overlapping), màu sắc tươi sáng, hình dạng phân tầng (stepped shape) và trang trí đậm nét. Năm 1980, một hành động phản kháng dữ dội của trào lưu New Wave chống lại các thiết kế thực dụng của Chủ nghĩa Hiện đại đã nổ ra ở San Francisco và Milan. Tác nhân chính của hành động này là những nhà thiết kế chịu ảnh hưởng bởi các tác phẩm sinh động của Weingart và Greinman, cùng với đó là thẩm mỹ học hỗn độn của những người lập dị thuộc trào lưu Punk và những cá nhân được truyền cảm hứng từ các tính năng mới mẻ của đồ họa máy tính. Thay vì loại bỏ phong cách hình học của trào lưu Nghệ thuật Hiện đại, các nhà thiết kế New Wave đã tạo ra sự chuyển hướng bằng việc gỡ bỏ các dạng hình học ra khỏi ô lưới, sau đó tích hợp chúng vào những layout sinh động, năng động biểu thị sự vui nhộn, kỳ quái và cá tính. Văn bản và layout thường được tiếp thêm năng lượng bằng cách tạo ra sự căng thẳng thị giác nhờ vào độ tương phản của các mẫu họa tiết lặp lại (pattern), hoa văn sặc sỡ, hình dạng hữu cơ và hình học chồng chéo, kết hợp với văn bản chéo được giãn cách bất thường.
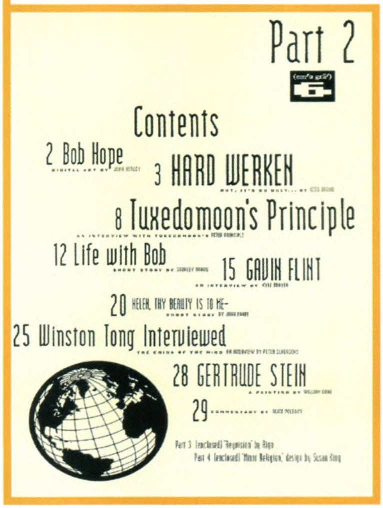
lăm 1981 Năm 1984

Năm 1981: MTV (Music Television)

Năm 1981, một mạng lưới cáp chuyên truyền tải các video ca nhạc phục vụ 24 giờ tên là MTV (Music Television) bắt đầu lên sóng. Logo của mạng MTV đã cách mạng hóa lĩnh vực nhận diện doanh nghiệp (corporate identity) và đồ họa chuyển động (motion graphic) bởi hình dạng vừa bằng phẳng, vừa nổi khối của chữ *M* lớn không có phần serif kết hợp với chữ *TV* nguệch ngoạc là thứ bất biến duy nhất trong hình ảnh thương hiệu. Một chuỗi clip hoạt hình nhận diện kênh được phát sóng hàng giờ chứa đến hàng trăm biến thể logo MTV khác nhau bằng cách kết hợp các kỹ thuật minh họa, nhiếp ảnh, thao tác video và hoạt hình với nhiều màu sắc, hoa văn, thuyết minh theo khung hình hay những thành phần trang trí khác nhau.

Năm 1984: Tạp chí *Émigré*

Năm 1984, tạp chí *Émigré* (tạm dịch: *Vô tri*) ra đời, khởi đầu là một tờ báo văn hóa nghệ thuật nhưng về sau lại phát triển thành nơi trưng bày và xưởng thiết kế dành cho các thiết kế font kỹ thuật số sáng tạo, mang tính thử nghiệm cùng với những layout giàu sức biểu cảm (Hình 1-72). Hai nhà sáng lập tạp chí *Émigré* - Rudy VanderLans và Zuzana Licko (đến từ San Francisco) - thuộc danh sách những nhà thiết kế đầu tiên khám phá công nghệ máy tính dưới góc độ là một công cụ thiết kế chữ và dàn trang tạp chí; xưởng thiết kế của họ - Émigré Inc. - là một trong những xưởng thiết kế chữ kỹ thuật số độc lập đầu tiên được thành lập. Mặc dù ban đầu, *Émigré* bị chỉ trích mạnh mẽ vì đi ngược lại thông lệ, song tạp chí này đã nhanh chóng trở thành một hình mẫu về sự đổi mới typography trong ngành công nghiệp thiết kế.


Part 2

Contents

2 Bob Hope
3 HARD WERKEN
8 Tuxedomoon's Principle
12 Life with Bob
15 GAVIN FLINT
20 HELEN, THY BEAUTY IS TO ME-
25 Winston Tong Interviewed
28 GERTRUDE STEIN
29

Hình |1-72|

Trang mục lục của tạp chí *Émigré* do Rudy VanderLans thiết kế năm 1986.

Năm 1985: Soạn thảo kỹ thuật số

Giữa thập niên 1980, ngày càng có nhiều người bắt đầu hiểu và biết cách sử dụng font theo cách mà chỉ những xưởng đúc, nhà in và thợ sắp chữ vào thời trước mới có thể làm được. Hãng Apple sử dụng giao diện thân thiện WYSIWIG ("What-you-see-is-what-you-get", nghĩa là "Những-gì-bạn-thấy-là-những-gì-bạn-nhận-được") trên máy Macintosh của Susan Kare, giao diện người dùng đồ họa (graphic user interface - GUI) giúp việc soạn thảo kỹ thuật số (digital composition) trở nên khả thi đối với người dùng trình độ trung bình. Bên cạnh đó, các phần mềm đồ họa cũng được thương mại hóa, cho phép con người thao tác, thậm chí là sáng tác typeface theo phương thức kỹ thuật số với tốc độ tuyệt vời so với việc đúc chữ truyền thống! Năm 1985, AltSys phát hành một chương trình phần mềm thiết kế font tên là Fontographer, cùng thời điểm Aldus phát hành Pagemaker - chương trình chế bản điện tử thân thiện đầu tiên. Các gói phần mềm này đã dẫn đến sự phát triển của vô số chương trình đồ họa dễ sử dụng, với tính năng và khả năng ngày càng mở rộng đến từ các công ty: Aldus Corporation, Adobe System Incorporated, Corel Corporation và nhiều hãng khác. Đầu thập niên 1990, soạn thảo văn bản kỹ thuật số gần như đã thay thế hoàn toàn phương pháp chế bản trên phim trong lĩnh vực in ấn thương mại và các xưởng thiết kế chữ kỹ thuật số đã trở thành chuẩn.

Các tiến bộ công nghệ thời kỳ Cách mạng Kỹ thuật số Năm 1985

1970 - NGÀY NAY: THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1985 - 1986: Thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại



Bìa sách do Charles Anderson thiết kế năm 1989. Cuốn sách bàn về hình vẽ minh họa có sẵn (clip art) của Anderson là một từ điển trực quan hoài niệm về thập niên 1950.

Năm 1985: Phong cách bản địa

Khoảng năm 1985, phong cách thiết kế bản địa (vernacular) xuất hiện ở Mỹ, sử dụng những dấu hiệu cùng biểu tượng thị giác quen thuộc từ lịch sử và văn hóa đại chúng, nhằm thu hút khán giả thông qua một tinh thần trải nghiệm và hòa nhập chung. Từ các yếu tố quảng cáo với những sáo ngữ (cliché), thiết kế bao bì hào nhoáng và tham chiếu hiển nhiên cho tới các phong cách hiện đại đã lỗi thời của thời kỳ đầu đều được tái sử dụng, nhằm tạo ra một ngôn ngữ thị giác hài hước mới, tôn vinh nghệ thuật dân gian ở tầm mức tri thức thấp bằng cách khơi gợi một cách hài hước những ký ức trìu mến về quãng thời gian đơn sơ thông qua giọng điệu khôi hài. Phong trào này bắt đầu phát triển mạnh vào thập niên 1990 và trong thiên niên kỷ mới, khi các nhà thiết kế tiếp tục khám phá các chủ đề cùng nguồn gốc bản địa trong nghệ thuật "tầm mức cao" và nghệ thuật "tầm mức thấp", từ những hiện vật và hiện tượng văn hóa lạc hậu (Hình 1-73).

Hình |1-73|

Bìa sách *Old Advertising Cuts A-Z* (tạm dịch: *Các chiêu thức cắt giảm quảng cáo từ A đến Z*) mang phong cách bản địa do Charles Anderson của Công ty Thiết kế Charles S. Anderson sáng tạo cho Công ty AIGA/Colorado (tự quảng cáo).

Hình |1-74|

Tờ rơi quảng cáo buổi hòa nhạc mang phong cách Rave, do Trevor Jackson của Công ty Bite It! thiết kế cho Stereo MC's.



Năm 1986: Phong cách thiết kế Rave

Phong cách thiết kế Rave xuất hiện vào khoảng năm 1986 dưới dạng nghệ thuật tờ rơi quảng bá quảng cáo cho các sự kiện khiêu vũ lớn diễn ra thâu đêm gọi là Rave (Hình 1-74). Đến năm 1989, phong cách công nghệ siêu thực và tràn đầy năng lượng này đã được khai thác để phục vụ các lợi ích thương mại, với vai trò là công cụ quảng cáo sản phẩm đến những thị trường dành cho giới trẻ. Phong cách này tán dương hoạt động được tổ chức hợp lý và sự chính xác của máy tính. Các thiết kế Rave kết hợp font không gian, font outline (phác nét) và font bitmap vị lai vào những khung cảnh huyền ảo, siêu thực dựa trên ngôn ngữ thị giác trẻ trung của các video game, truyện tranh và hiện thực ảo. New Nerd Shadowed và Automatic AOE trên trang 167 của Chương 3 là ví dụ về font kỹ thuật số dựa trên thẩm mỹ học Rave.

Năm 1990

Năm 1990: Trào lưu Giải cấu trúc

Khoảng năm 1990, một trào lưu tên là Giải cấu trúc (Deconstruction), hay Hậu cấu trúc luận (Post-structuralism) đã xuất hiện trong giới học học thuật và trở thành chính thống trong giới thiết kế. Giải cấu trúc là một quá trình tương tác đòi hỏi cả nhà thiết kế lẫn khán giả phải cùng tháo gỡ thông điệp, nhằm nhận ra đối tượng tri giác đằng sau thông điệp và làm rõ lực lượng xã hội giữ chúng lại với nhau. Theo cách này, các thể chế xã hội, cơ cấu quyền lực và khái niệm thịnh hành đã tạo lập nên "sự thật" đều có thể bị đánh giá lại một cách cẩn thận. Ban đầu, triết lý Giải cấu trúc được Jacques Derrida đưa ra dưới dạng lý thuyết văn học trong năm 1967. Tuy nhiên, sau đó triết lý này được chuyển thành lý thuyết thiết kế vào năm 1978 khi Katherine McCoy - đồng Chủ tịch tại Viện Hàn Lâm Nghệ thuật Cranbrook (Cranbrook Academy of Art) đưa phương pháp luận này vào phương pháp học tập của khoa Thiết kế Đồ họa. Năm 1990, Giải cấu trúc trở thành một phần của ngôn ngữ thị giác chính thống. Vai trò của nhà thiết kế và người xem được định nghĩa lại, do những người làm trong ngành công nghiệp thiết kế bắt đầu quan tâm tới vai trò chủ động của khán giả trong việc lựa chọn và giải mã thông điệp dựa trên hệ tư tưởng của riêng họ. Nhận thức sâu sắc về sự đa dạng của các quan điểm, những nhà thiết kế như David Carson và Neville Brody đã tạo ra các thiết kế nỗ lực thể hiện tính phức tạp của các vấn đề, đồng thời diễn đạt cùng lúc nhiều ý kiến bằng cách phân lớp và phân mảnh thông tin. Thay vì phát đi một thông điệp rõ ràng có thể đọc ra một câu trả lời cụ thể, người xem được mời giải mã, tìm hiểu cũng như đánh giá phê bình thông điệp dựa trên phạm vi hiểu biết và kinh nghiệm của riêng họ. Các tạp chí của David Carson, *RayGun* và *Beach Culture*, đã giúp phổ biến cách tiếp cận trực quan này (Hình 1-75).



Hình |1-75|

Trang mục lục của tạp chí *Beach Culture* do David Carson - Giám đốc/Nhà thiết kế Nghệ thuật thiết kế năm 1989.



Năm 1990: Phong cách Grunge

Phong cách thiết kế Grunge phát triển từ thẩm mỹ học luộm thuộm (disheveled aesthetic) của bối cảnh âm nhạc tại thành phố Seattle vào khoảng năm 1990. Các thiết kế Grunge mở rộng kiểu trang trí của phong cách Giải cấu trúc bằng cách sử dụng chữ và hình ảnh phai nhòa, tan rã, lộn xộn trong các layout hỗn loạn, đa tầng xúc cảm (Hình 1-76). Nhà thiết kế theo phong cách Grunge đặt câu hỏi liên quan đến tính xác thực của các giả định chung về tính rõ ràng, thông qua việc thiết kế ra những typeface nham nhở, bụi bặm, phóng khoáng và sử dụng chúng trong các layout biểu cảm được nhà thiết kế cố tình làm cho trở nên "cáu bẩn", hỗn độn. Carlos Segura và Jim Marcus là hai trong số những nhà thiết kế Grunge tiên phong. Bạn có thể xem các font phong cách Grunge như Viscosity, Bokonon và Zapped trên trang 168 -169 của Chương 3.

Hình |1-76|

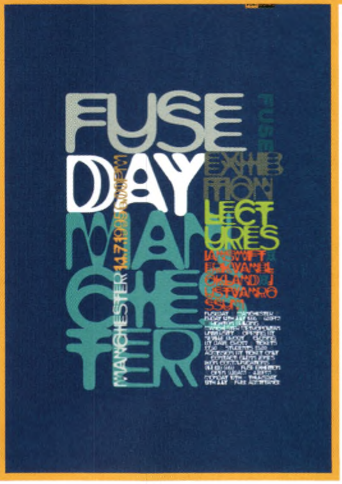
Tấm bưu thiếp *Glue* (tạm dịch: *Keo dán*) mang phong cách Grunge do Carlos Segura của Công ty Segura, Inc./T-26 thiết kế.

1970 - NGÀY NAY: THỜI KỲ CÁCH MẠNG KỸ THUẬT SỐ

Năm 1991: Thiết kế thời kỳ Hậu hiện đại và tiến vào Thiên niên kỷ mới

Năm 1991: Tạp chí *Fuse* và typography thử nghiệm

Những khả năng của phương tiện kỹ thuật số đã truyền cảm hứng cho một số nhà thiết kế khám phá và định nghĩa lại ranh giới về chữ. Tính rõ ràng hiếm khi là mối quan tâm đối với những nhà thiết kế và nghệ sỹ này; thay vào đó, họ ưu tiên phát triển các font sử dụng phương tiện kỹ thuật số một cách truyền cảm và nhận xét về môi trường kinh tế xã hội mới theo những cách chưa từng được thử nghiệm. Từ năm 1991 đến năm 2001, tạp chí *Fuse* (tạm dịch: *Hợp nhất*) của Neville Brody đã quảng bá những thử nghiệm typography sáng tạo bằng cách mời các nhà thiết kế diễn thuyết về những vấn đề xã hội một cách nghệ thuật thông qua việc tạo và ứng dụng typeface thử nghiệm. Tạp chí này đã khuyến khích cũng như truyền cảm hứng cho các nhà thiết kế thúc đẩy giới hạn định nghĩa và vai trò của typography (Hình 1-77).



Hình |1-77|

Font thử nghiệm Ritual trên tạp chí *Fuse* do Neville Brody của studio Research thiết kế năm 1995.

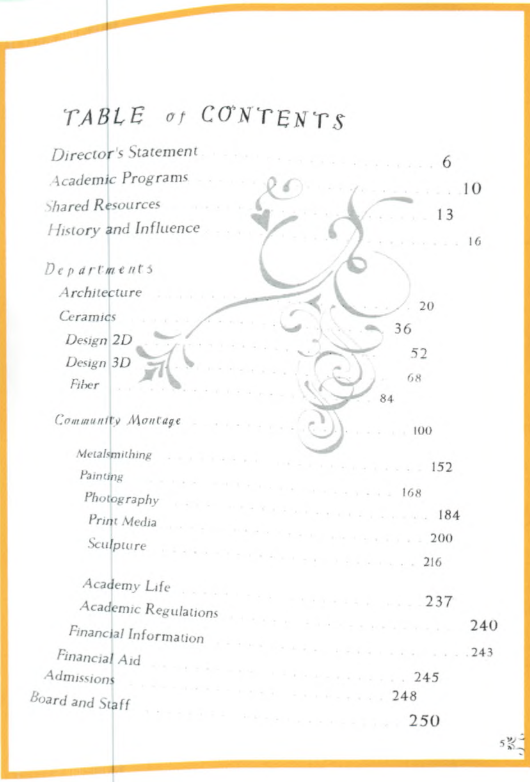
Bước vào Thiên niên kỷ mới

Những giá trị nổi bật của nước Mỹ trong Thiên niên kỷ mới (New Millennium) bao gồm tinh thần tự hào về sự đa dạng của dân tộc ngày càng tăng và Chủ nghĩa Cá nhân (Individualism) tiếp tục được tôn trọng hơn so với Chủ nghĩa Cộng sản (Communalism). Những giá trị này được phản ánh thông qua Chủ nghĩa Cá nhân đa dạng và đặc trưng biểu cảm của thiết kế hiện thời. Bên cạnh đó, sự sáp nhập vai trò của nhà thiết kế, xưởng thiết kế chữ, nhà in và khách hàng đồng nghĩa với việc các nhà thiết kế có thể tự kiểm soát nhiều hơn, tạo ra nhiều thiết kế lập dị mang tính cá nhân hơn (Hình 1-78). Tất nhiên, giữa các thiết kế hỗn độn và bận rộn rất phổ biến hiện nay, bất cứ ai cũng có thể tìm thấy những thiết kế thị giác đơn giản, đem lại một điểm nghỉ ngơi yên tĩnh cho mắt dừng lại. Tuy nhiên, ngay cả những thiết kế đơn giản được tạo ra ngày nay cũng có xu hướng thể hiện sự cá tính, tính cá thể và các chủ đề phức tạp. Một vài trong số những thiết kế này mang bản chất tân cổ điển (neo-classical), nhấn mạnh sự cân bằng đối xứng và tham chiếu trực quan tới lịch sử. Một số khác là các thiết kế tối giản (minimalist), tại đó nhà thiết kế cố gắng truyền thông hiệu quả bằng cách sử dụng các thành phần và biểu tượng ở mức tối thiểu, bởi họ tin rằng người xem sẽ chủ động khỏa lấp những mảnh ghép còn thiếu. Các thiết kế khác động chạm đến chủ đề bản địa và cổ điển (retro) bằng cách giới thiệu lại thẩm mỹ học đơn giản gợi nhớ về quá khứ. Ngoài ra vẫn còn những thiết kế khác mang hình thức của các biểu tượng hay hình tượng kỹ thuật số - đó là các hình ảnh mang tính biểu tượng được đơn giản hóa do máy tính tạo ra, nhằm thể hiện ý nghĩa cá nhân bằng cách sáng tạo ra một vốn từ ngữ trực quan mới (Hình 1-79).

Năm 1991: Chữ chuyển động

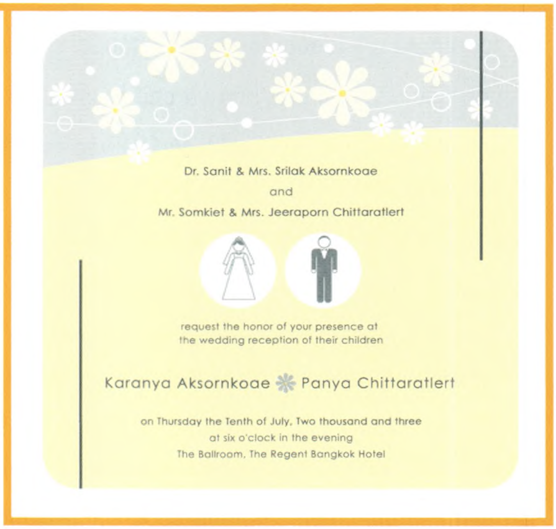
Các thiết kế dùng chữ chuyển động ngày nay tách ra từ gốc rễ là những phong trào theo Chủ nghĩa Vị lai và điện ảnh, đã trải qua thời kỳ non trẻ khi chỉ dựa vào các dấu hiệu thị giác hai chiều để biểu thị tốc độ cũng như chuyển động (ví dụ chồng lấn, làm mờ, tạo tia và đường rung lắc). Giờ đây, chữ chuyển động đang bước vào giai đoạn nở rộ đầy sức sống, ngày càng mở rộng của kỹ thuật số dành cho tương tác và chuyển động thông qua chiều thứ tư (thời gian). Nhiều năm qua, đồ họa chuyển động đã trở thành một phần của ngành công nghiệp làm phim và truyền hình; cho tới gần đây, một nhóm ưu tú gồm các nhà thiết kế được đào tạo với sự tài trợ của các lợi ích thương mại chính thống đã phát triển vốn từ của chữ chuyển động. Tuy nhiên, tương tự typography tĩnh (motionless typography), sự xuất hiện của các công nghệ máy tính tiên tiến cho phép nhiều nhà thiết kế, cả người được đào tạo lẫn không được đào tạo, thỏa sức thử nghiệm với chữ chuyển động. Đặc biệt, sự ra đời của tổ chức World Wide Web năm 1991 đã tạo ra hướng phát triển mới của việc khám phá typography cho chuyển động và tương tác, khi rất nhiều cá nhân mở rộng chữ chuyển động theo lối thể hiện những trải nghiệm đương đại của riêng họ với tư cách là thành viên của một cộng đồng toàn cầu có nhịp độ rất nhanh như hiện nay (Hình 1-79).

Năm 1991 **Các tiến bộ công nghệ thời kỳ Cách mạng Kỹ thuật số**



Hình |1-78|

Trang mục lục trích từ cuốn *Crambrook Academy of Art catalog* (tạm dịch: *Danh mục của Học viện Nghệ thuật Crambrook*), do Catelijne van Middelkoop và Dylan Nelson viết năm 2002.



Hình |1-79|

Thiệp mời cưới do Karanya Aksornkoae và Panya Chittaratlert thiết kế năm 2003.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Theo cùng một cách nào đó, lịch sử của chữ viết đã đi trọn một vòng hoàn chỉnh và hiện nay, chúng ta đang chia sẻ kinh nghiệm mà người tiền sử để lại - những người này đã chủ đích tạo ra các ký hiệu cá thể hóa, cũng chính họ đã phát minh ra những hệ thống ngôn ngữ viết dựa trên hình ảnh liên quan và có ý nghĩa đối với cuộc sống riêng của họ. Chúng ta đang tiếp tục định nghĩa và định nghĩa lại các hệ thống thị giác của ngôn ngữ viết. Từ việc tạo ra các bức vẽ hang động cho tới sự tổng hợp của nhiều pictograph kỹ thuật số, chúng ta không ngừng cố gắng để sáng tạo ra những biểu tượng cá thể hóa mới, nhằm thể hiện trải nghiệm riêng của bản thân cùng các phương thức truyền thông thị giác mới để chia sẻ suy nghĩ, cảm xúc và tư tưởng của mình với người khác. Sự tham gia sâu rộng vào quá trình phát triển gần đây của typography và tính chất dao động cũng như thử nghiệm cho thấy một viễn cảnh lạc quan về vai trò vẫn đang tiếp diễn của chữ - đó là một phương tiện biểu hiện và là một sức mạnh văn hóa dân chủ hướng tới sự công bằng xã hội.

Ôn tập

1. Pictogram là gì? Ideogram là gì? Phonogram là gì?
2. Nguồn gốc của các chữ hoa và chữ thường mà chúng ta sử dụng ngày nay là gì?
3. Giấy viết được phát minh ra ở đâu và vào thời điểm nào? Ba loại bề mặt mà con người đã sử dụng để viết lên trước khi có giấy là gì?
4. Giải thích sự khác nhau giữa in khắc gỗ và in sử dụng chữ tháo lắp.
5. (Tái) phát minh ra chữ tháo lắp của Gutenberg để lại những ảnh hưởng gì?
6. Giải thích sự khác nhau giữa in nổi, in chìm và in phẳng. Mỗi phương pháp in ấn này ảnh hưởng như thế nào tới hình thức của chữ được in ra?
7. Typeface Transitional trông khác typeface Humanist và Old Stye như thế nào? Các typeface Morden khác các typeface Transitional ra sao?
8. So sánh và đối chiếu cách mà cuộc Cách mạng Công nghiệp và Cách mạng Kỹ thuật số đã tác động tới typography.
9. Lĩnh vực quảng cáo đóng vai trò gì trong lịch sử phát triển của chữ?
10. Các nhà in tư nhân như Kelmscott, Ashendene và Doves đã đem lại sức sống mới cho typography như thế nào?
11. Mô tả ngắn gọn cách sử dụng chữ của nhà thiết kế trong các phong trào Nghệ thuật Hiện đại (Vị lai, Đa đa, De Stijl và Kiến tạo).
12. Về mặt đồ họa, "phong cách Typography mới" ("New Typography") tượng trưng cho tiếng nói của thế hệ nó như thế nào? Việc sử dụng "phong cách Typography mới" ám chỉ những ý nghĩa xã hội gì?
13. Phong cách Typography Quốc tế là gì? Các phong trào Hậu hiện đại chống lại phong cách Typography Quốc tế như thế nào?
14. Trào lưu Giải cấu trúc là gì? Quan điểm của những nhà thiết kế theo trào lưu Giải cấu trúc về vai trò của khán giả?

Bài tập

1. Tạo một tác phẩm typography cho bìa một cuốn sách nấu ăn bằng cách sử dụng các con dấu chữ (kiểu chữ) in nổi tự chế. Để tạo ra các con dấu chữ, hãy khắc letterform ngược nổi lên trên ít nhất 5 vật thể có ở nhà bạn (ví dụ như củ khoai tây, cây nến, hộp carton, một mẩu gỗ và một quả bóng tennis cũ,... - hãy thật sáng tạo!). Tô mực cho những con dấu này, sử dụng một miếng lót con dấu được tô mực hay sơn dầu, hoặc thử nghiệm với các loại màu khác nhau. Hãy xem việc lựa chọn chất liệu của bạn ảnh hưởng như thế nào tới đặc điểm của các dấu hiệu.

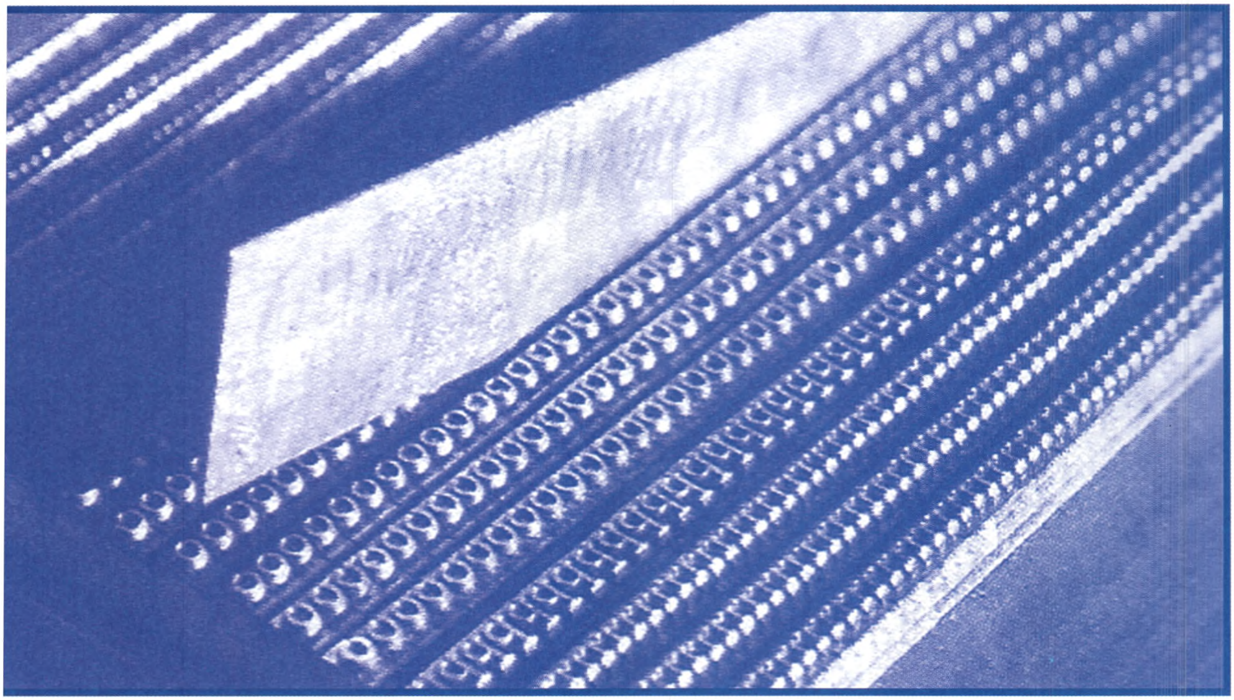
2. Tạo một tác phẩm collage (cắt ghép) chỉ sử dụng những chữ thể hiện quan niệm của bạn về cảm giác quá tải và cô độc trong thời đại "Thông tin".

3. Tạo một layout typography thuần túy cho một bài thơ thiếu nhi mà bạn yêu thích, lưu ý thể hiện nội dung thông qua hình thức bằng cách sử dụng - hoặc lạm dụng - một cách sáng tạo việc lựa chọn (selection), bóp méo (distortion), lấy tỷ lệ (scaling), xử lý (treatment) và sắp xếp (arrangement) các ký tự.

4. Tạo một poster nghệ thuật theo phong cách Plakatstil, quảng cáo cho một loại kẹo mà bạn yêu thích.

5. Tạo một thiết kế lịch (bạn tự lựa chọn tháng), sử dụng typography tượng trưng để thêm nội dung mang tính hài hước, cá tính, tường thuật, và/hoặc khái niệm vào layout.

6. Chọn một trong số những trào lưu nghệ thuật ở chương này và tạo một thiết kế quảng cáo trên tạp chí một trang, sử dụng các đặc trưng phong cách của trào lưu đó cho các đối tượng khách hàng sau: Công ty vệ sinh chân không Suck-It-Up, Hãng du lịch Around the World hoặc Công ty Juicy Burgers Frozen Entrees. Hãy đọc các quảng cáo, bao bì và tài liệu quảng bá từ "những đối thủ cạnh tranh" với khách hàng của bạn để xác định nội dung phù hợp mà bạn sẽ đưa vào mẫu quảng cáo của mình.



Ảnh chụp do tác giả David Jury cung cấp, trích từ cuốn sách About Face, Reviving the Rules of Typography (*tạm dịch*: Đôi nét về typeface và sự khôi phục các quy tắc Typography).

CHƯƠNG 2

Mục tiêu bài học

- Nắm vững thuật ngữ về typography.
- Hiểu rõ các loại đường gióng (guideline) typography khác nhau và mục đích của những đường này.
- Nhận diện và kể tên các kiểu nét (stroke), giao nét (junction) cũng như không gian âm (negative space) khác nhau dùng để tạo ra letterform (mặt chữ).
- Xác định các khía cạnh cấu trúc của chữ.
- Xác định các loại hình khác nhau của nét cuối và serif.
- Tìm hiểu cách đo lường kích thước chữ, sử dụng đơn vị point và pica.

Giới thiệu

Letterform (mặt chữ) được xây dựng từ sự kết hợp của các nét thẳng (straight stroke) và nét cong (curved stroke). Nghe có vẻ đơn giản, đúng không nhỉ? Song không hẳn vậy! Như bạn có thể thấy từ rất nhiều typeface sẵn có, cách các nét được render (kết xuất) có thể có hình thức rất đa dạng; hình thức và quan hệ của những nét này với một nét khác đem đến bản sắc riêng cho từng typeface. Việc nhận diện những khác biệt tinh tế về hình dạng giữa các phần của ký tự có thể giúp bạn phân biệt typeface này với typeface khác. Nghiên cứu thuật ngữ typography và hệ thống đo lường kích thước chữ sẽ giúp bạn nắm rõ những khác biệt này, đồng thời cho phép bạn truyền thông hiệu quả về chữ với các nhà in, nhà sản xuất, nhà thiết kế khác, cũng như với khách hàng. Nhận biết về khía cạnh cấu trúc của chữ còn có thể cung cấp kiến thức hữu ích, giúp bạn đưa ra các quyết định thiết kế hợp lý, tường tận.

CÁC THÀNH PHẦN CỦA LETTERFORM

Rất nhiều thuật ngữ mô tả các thành phần của ký tự được dựa trên giải phẫu cơ thể con người; do vậy, không khó để hiểu và nhớ thuật ngữ typography, nhưng số lượng thuật ngữ lại rất nhiều, gây khó cho việc ghi nhớ. Vấn đề quan trọng là trước tiên, bạn phải hiểu cách sử dụng các đường gióng gắn với letterform (mặt chữ); tiếp đến, hãy tìm hiểu về tất cả các phần tạo nên letterform.

Đường gióng

Khi viết trên một cuốn sổ kẻ ngang, có lẽ bạn sẽ viết các từ sao cho chúng nằm dọc theo những dòng kẻ (line) giãn cách đều nhau được in trên trang giấy của cuốn sổ. Nếu viết như vậy có nghĩa là bạn đang sử dụng các dòng kẻ làm đường baseline (đường cơ sở). Ngay cả khi cuốn sổ không có dòng kẻ, có lẽ các ký tự vẫn khá thẳng hàng, nằm dọc theo một đường baseline tưởng tượng. **Đường baseline (baseline)** là đường có thật hoặc tưởng tượng có các chữ cái của một từ nằm trên đó, sao cho các ký tự xuất hiện thẳng hàng.

Bạn còn nhớ lần đầu tiên học viết các ký tự của bảng chữ cái không? Hẳn là thầy (cô) giáo đã đưa cho bạn một tờ giấy đặc biệt với các đường gióng phụ in trên đó, nhằm giúp bạn nắm được chiều cao của chữ cái hoa và chữ cái thường. Bạn có thể nhìn thấy một tập hợp các đường gióng typography quen thuộc ở Hình 2-1. Đường thẳng có các chữ cái nằm trên đó được gọi là đường baseline. Đường thẳng thể hiện chiều cao của các chữ cái hoa được gọi là **cap height (chiều cao đỉnh)**. Đường thẳng cho thấy chiều cao của các chữ cái thường được gọi là **x-height (chiều cao cơ sở)**. Với những chữ cái thường, dáng cao như b, d, f, h, k và l, x-height đánh dấu **đường waistline (waistline)** - tức phần thân ký tự thay vì chiều cao đầy đủ của ký tự đó.

Lý do "x-height" được đặt tên như vậy là vì kích thước này đánh dấu chiều cao chính xác nhìn bằng mắt thường của ký tự x thường. Kích thước hay hình dạng cảm quan của một ký tự (kích thước hoặc hình dạng mà chúng ta cảm nhận) không phải lúc nào cũng giống với kích thước hay hình dạng thực sự của ký tự đó. Do các ký tự có hình dạng khác nhau, nên đôi khi có thể xảy ra ảo giác/ảo ảnh thị giác (optical illusion) khiến những ký tự được định cỡ và giãn cách đều nhau lại trông như không đều nhau. Nhà thiết kế cân bằng các hiện tượng ảo giác này bằng cách thực hiện một số điều chỉnh nhỏ. Ví dụ, trong một số typeface, bạn thấy các chữ cái tròn như c và e cao hơn một chút so với x-height. Chúng được thiết kế như vậy để trông như có chiều cao bằng các chữ cái khác, do hình dạng tròn của những chữ cái này tạo ra ảo giác là chúng trông nhỏ hơn kích thước thực sự của mình.

Đường chấm chấm (dotted line) ở Hình 2-1 cho biết độ dài của các chữ cái thường g, j, p, q và y (trong hình là chữ p), được gọi là **đường descender/đường dưới cùng (descender line)**. Đôi khi, những chữ cái thường như b, d, f, h, k và l có cùng chiều cao với các chữ cái hoa, nhưng nếu những chữ cái này có chiều cao khác, **đường ascender/đường trên cùng (ascender line)** có thể giúp đánh dấu chính xác chiều cao của chúng, như trường hợp chữ d ở Hình 2-1.

Thuật ngữ

cap height (chiều cao đỉnh): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao của các chữ cái hoa trong một typeface.

đường ascender/đường trên cùng (ascender line): đường có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao chính xác của các chữ cái thường và cao trong một typeface như b, d, f, h, k, l; đối với một số typeface, đường này giống như đường baseline.

đường baseline (baseline): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng mà những chữ cái tạo nên một từ nằm trên đó sao cho các ký tự xuất hiện thẳng hàng.

đường descender/đường dưới cùng (descender line): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị độ dài chính xác của các chữ cái thường như g, j, p, q và y trong một typeface.

đường waistline (waistline): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao phần thân của các chữ cái thường, dáng cao (thường giống đường baseline).

x-height (chiều cao cơ sở): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng cho thấy chiều cao của các chữ cái thường trong một typeface.



Hình |2-1|

Các đường gióng typography được dùng để căn gióng chữ.

Counter và counterform

Từ "counter" ("lòng trong") có nghĩa đen là "opposite" ("đối lập"), do đó khoảng trắng (white space) - hay không gian âm (negative space) bên trong và xung quanh letterform (mặt chữ) được gọi là **counterform (vùng nền của ký tự)**. Phần counterform của letterform quan trọng không kém bản thân hình dạng chữ trong việc nhận diện chữ cái. Không gian dương (positive space) (letterform) và không gian âm (counterform) tồn tại trong mối quan hệ lẫn nhau, tạo nên các ký tự đặc trưng như bạn có thể thấy ở Hình 2-2.

Thuật ngữ

counter (lòng trong): vùng không gian được chứa hoặc đóng kín bởi một letterform.

counterform (vùng nền của ký tự): các không gian âm bên trong và xung quanh letterform.

crotch (đáy chữ): vùng counter nhọn vốn là điểm giao nhau giữa hai nét của một ký tự.

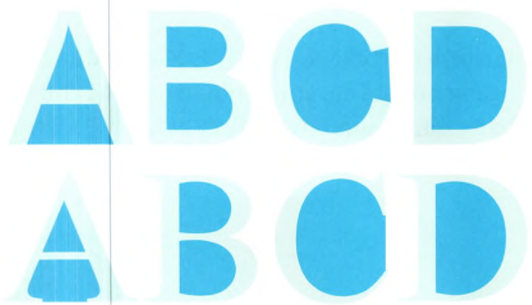
eye (mắt chữ): counter nhỏ của ký tự e thường.

Đôi khi, các ký tự chứa hoặc thậm chí kèm theo những khoảng trắng; những vùng này, giống như các vùng trong Hình 2-3, được gọi là **counter (lòng trong)**. Counter có thể hở hoặc kín. Như bạn thấy ở Hình 2-4, counter hở (open counter) là phần không gian được chứa, nhưng không bị đóng kín bởi một ký tự. Ví dụ, **crotch (đáy chữ)**, không gian nhọn vốn là điểm giao nhau giữa hai phần của ký tự, là một counter mở. Counter kín (closed counter) là không gian được bao bọc bởi một ký tự. Ví dụ, **eye (mắt chữ)**, không gian nhỏ bên trên trong chữ cái e thường là một counter kín.



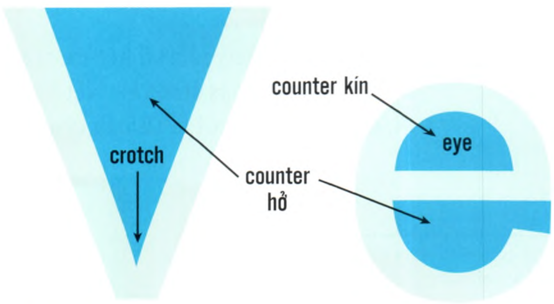
Hình |2-2|

Letterform và counterform (màu xanh lam).



Hình |2-3|

Counter (màu xanh lam).



Hình |2-4|

Counter hở và counter kín (màu xanh lam).

Thuật ngữ

ascender (nét xổ trên dòng): phần kéo dài lên phía trên x-height của một ký tự thường.

descender (nét xổ dưới dòng): phần kéo dài xuống bên dưới đường baseline của một ký tự thường.

Ascender và descender

Như trong Hình 2-5, phần kéo dài lên phía trên x-height của một ký tự thường, dáng cao được gọi là **ascender (nét xổ trên dòng)**. Hầu hết các phần ascender đều cao bằng đường ascender, đường này thay đổi tùy theo loại typeface, song cũng có một số ngoại lệ. Ví dụ, phần chữ hướng lên trên x-height của chữ t thường (không hoa) thường thấp hơn so với đường ascender.

Một số chữ cái như g, j, p, q, y và Q có các phần nằm bên dưới đường baseline (Hình 2-5). Phần ký tự hướng xuống bên dưới đường baseline được gọi là **descender (nét xổ dưới dòng)**. Tương tự phần ascender, phần descender có thể dài hoặc ngắn tùy vào thiết kế typeface cụ thể.



Hình |2-5|

Phần ascender và phần descender.

Nét

Mỗi đường dùng để tạo ra một ký tự được gọi là một **nét (stroke)**. Từ "nét" gợi nhớ về nguồn gốc calligraphy của chữ cái. Nét có thể thẳng hoặc cong, đậm hoặc mảnh. Nét thẳng chính của một ký tự được gọi là **nét stem (stem stroke)**; các nét này có thể nằm thẳng đứng (vertical) hoặc nằm xiên (diagonal) và thường đậm hơn những nét khác của chữ. Các nét phụ mỏng hơn của một ký tự được gọi là **nét hairline (hairline stroke)**. Bạn có thể xem ví dụ về nét stem và nét hairline ở Hình 2-6.



Hình |2-6|

Nét stem và nét hairline (màu xanh lam).

Nét hairline giao cắt với nét stem của một letterform như các chữ cái T, t, X và x được gọi là **nét cross (cross stroke)**. Nét hairline nằm ngang nối hai nét chính như trong các chữ cái A, e và H được gọi là **thanh crossbar (crossbar)**, như minh họa ở Hình 2-7.



Hình |2-7|

Nét cross và thanh crossbar (màu xanh lam).

Khi đề cập tới nét stem và nét hairline, chúng ta đang nói đến việc nét đó là chính hay phụ, đậm hay mảnh. Các tên gọi khác của nét mô tả hình dạng và hướng của chúng. Ví dụ, nét chính của chữ cái S có hình dạng cong kép rất đặc biệt gọi là **nét spine (spine)**, như mình họa ở Hình 2-8.

Hình |2-8|

Nét spine (sống chữ) (màu xanh lam).



Nét phụ được kéo dài từ nét stem và kết thúc tự do được gọi là **nét arm (arm)**. Bạn có thể thấy trong Hình 2-9, các nét arm (tay) kéo dài theo chiều ngang như trong chữ cái E, hoặc chúng có thể xiên lên phía trên như trong chữ cái K. Các chữ cái E, F, K, k, L, V, v, W, w, Y, y, Z và z đều có nét arm.

Hình |2-9|

Nét arm (màu xanh lam).



Nét phụ kéo dài từ nét stem và hướng xuống dưới cho tới đường baseline rồi kết thúc tự do được gọi là **nét leg (leg)**. Trong Hình 2-10, bạn có thể thấy các chữ cái K, k và R đều có nét leg (chân).

Nét xiên hoặc nét cong nằm ngang tại phần đáy của chữ Q hoa phân biệt chữ này với chữ O hoa được gọi là **nét tail (tail)**. Phần descender trong các chữ cái j, p, q và y thường đôi khi cũng được gọi là nét tail (đuôi). Hình 2-11 minh họa một số ví dụ về nét tail.

Thuật ngữ

nét (stroke): đường riêng rẽ có thể thẳng hoặc cong dùng để tạo nên một ký tự.

nét arm (arm): nét phụ kéo dài theo phương ngang hoặc hướng lên trên từ nét stem và kết thúc tự do.

nét bowl (bowl): nét cong khép kín một counter.

nét cross (cross stroke): nét phụ giao cắt với nét stem.

nét hairline (hairline stroke): nét phụ của một ký tự, thường mảnh hơn nét stem.

nét leg (leg): nét phụ kéo dài xuống phía dưới từ nét stem cho tới đường baseline và kết thúc tự do.

nét spine (spine): nét cong chính của chữ S.

nét stem (stem stroke): nét thẳng, xiên hoặc cong chính của một ký tự, thường dày hơn các nét khác của ký tự.

nét tail (tail): nét nhỏ ở đáy chữ Q hoa, phân biệt chữ này với chữ O hoa; đôi khi, phần descender của các ký tự j, p, q và y thường cũng được gọi là nét tail.

thanh crossbar (crossbar): nét phụ nằm ngang nối giữa hai nét chính.



Hình |2-10|

Nét leg (màu xanh lam).



Hình |2-11|

Nét tail (màu xanh lam).



Hình |2-12|

Nét bowl (màu xanh lam).

Nét cong khép kín phần counter được gọi là **nét bowl (bowl)**. Các chữ cái a, B, b, D, d, g, O, o, P, p, Q, q và R đều có nét bowl (cung tròn). Bạn có thể quan sát một số ví dụ về nét bowl trong Hình 2-12.

Giao của các nét

Khi hai nét xiên lên trên hướng về phía nhau, ví dụ như trong chữ A, điểm ngoài cùng nơi giao nhau của hai nét này được gọi là **apex (đỉnh trên)**. Khi hai nét xiên xuống dưới hướng về phía nhau, ví dụ như trong chữ V, điểm ngoài cùng nơi giao nhau của hai nét này được gọi là **vertex (đỉnh dưới)**. Do đó, chữ cái W có hai apex và một vertex. Apex và vertex có thể nhọn (pointed), phẳng (flat), tròn (rounded), xiên vát (oblique), có hình lưỡi mác (hallowed) hoặc kéo dài (extended), như minh họa ở Hình 1-13 và Hình 2-14.



Hình |2-13|

Apex (màu xanh lam).



Hình |2-14|

Vertex (màu xanh lam).

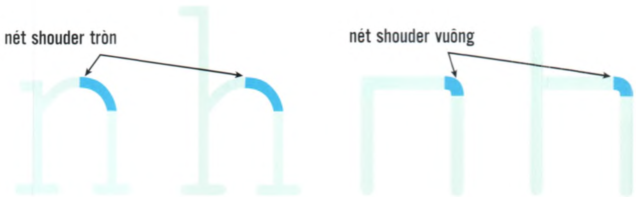
Thuật ngữ

apex (đỉnh trên): điểm mà tại đó, hai nét xiên hướng lên trên của một letterform giao nhau.

nét shoulder (shoulder): vùng chuyển tiếp của một nét từ cong sang thẳng.

vertex (đỉnh dưới): điểm mà tại đó, hai nét xiên hướng xuống dưới của một letterform giao nhau.

Một số chữ cái có nét cong chuyển đổi thành nét thẳng, như minh họa ở Hình 2-15; phần chuyển đổi này được gọi là **nét shoulder (shoulder)**. Sự chuyển đổi đột ngột tạo ra letterform trông vuông vắn, trong khi sự chuyển đổi dài hơn đem lại vẻ tròn trịa cho letterform.



Hình |2-15|

Nét shoulder (vai) (màu xanh lam).

Các nét đặc biệt của chữ G

Các nét spur, loop, link và ear là những phần đặc biệt của riêng chữ cái G. **Nét spur (spur)** là nét nhỏ đôi khi được thấy ở phía bên phải phần đáy của chữ G hoa. **Nét loop (loop)** là phần cong bên dưới của chữ g thường. **Nét link (link)** là nét nối nhỏ gắn phần trên và phần dưới của chữ g thường lại với nhau. **Nét ear (ear)** là nét nhỏ đôi khi kéo ra từ phần trên của chữ g thường. Ví dụ về các nét spur (cựa), loop (móc), link (nối) và ear (tai) với những hình dạng và kích thước khác nhau được minh họa từ Hình 2-16 đến Hình 2-19.

Thuật ngữ

nét ear (ear): một nét nhỏ đôi khi kéo dài từ phần trên của chữ g thường.

nét link (link): một nét nối nhỏ giữa phần loop và bowl trên của chữ g thường.

nét loop (loop): một nét cong nhỏ hoặc nét bowl của chữ g thường.

nét spur (spur): một nét nhỏ đôi khi thấy ở phía bên phải phần đáy của chữ G hoa.



Hình |2-16|

Nét spur (màu xanh lam).



Hình |2-17|

Nét loop (màu xanh lam).



Hình |2-18|

Nét link (màu xanh lam).



Hình |2-19|

Nét ear (màu xanh lam).

HÌNH DẠNG CỦA CHỮ

Sự thống nhất về hình dạng của nét chữ là yếu tố khiến cho các ký tự của một typeface trông gắn kết và "hòa hợp với nhau". Xuyên suốt tiến trình lịch sử, các khía cạnh này được biểu diễn theo rất nhiều cách khác nhau, phụ thuộc vào những tiến bộ công nghệ, biến chuyển chính trị - xã hội và ảnh hưởng của thị hiếu công chúng. Một số khía cạnh của chữ giúp xác định sự tương đồng giữa các typeface, bao gồm: Nét cuối và phần serif của các nét, sự tương phản giữa nét dày với nét mảnh, hướng nhấn nét, tỷ lệ x-height và set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao).

Hình |2-20|

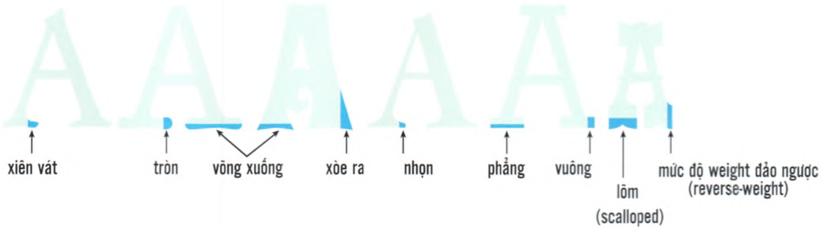
Các kiểu nét cuối (màu xanh lam).



Nét cuối và phần serif

Nét cuối (terminal) là điểm cuối của một nét. Nét có thể kết thúc dưới nhiều hình dạng rất khác biệt, như minh họa ở Hình 2-20. Khi chữ cái có phần mở rộng tại nét cuối, chúng ta gọi các phần mở rộng này là **serif (chốt nét)**. Một typeface có phần serif được gọi là typeface Serif và typeface không có phần serif được gọi là **typeface Sans-serif** (Sans là từ tiếng Pháp, nghĩa là "không có", nên Sans-serif nghĩa là "không có serif" hay "không chốt nét"). Đại đa số đều cho rằng phần serif ở nét cuối của chữ cái được sử dụng lần đầu trong các văn bản của người La Mã cổ đại. Việc sử dụng những chiếc đục để khắc các letterform lên tường và phiến đá đã để lại những phần mở rộng như vậy ở cuối các letterform, như minh họa ở Hình 1-8. Vì lý do này, các chữ cái thẳng đứng (không italic) có phần serif thường được gọi là **chữ roman (roman)**.

Hình dạng phần serif của chữ rất đa dạng, như minh họa ở Hình 2-21. Chúng có thể võng xuống (cupped) (cong như hình bàn chân) hoặc phẳng, tròn, thẳng, vuông, xiên vát, xòe ra (splayed) (mở rộng dần dần giống như một ống của chiếc quần loe) hoặc nhọn. Chúng có thể dày hoặc mảnh.



Hình |2-21|

Các kiểu serif (màu xanh lam).

Thường thì serif hay có phần đỡ (bracket). **Serif có phần đỡ (bracketed serif)** có một giao nét cong hình nêm gắn phần serif của chữ với nét stem, nhằm tạo ra chuyển tiếp mềm mại giữa các phần này. Như minh họa ở Hình 2-22, phần serif của chữ có thể có phần đỡ dày (heavy bracketing), phần đỡ mỏng (light bracketing), hoặc không có phần đỡ.



Hình |2-22|

Phần đỡ (màu xanh lam).

Đôi khi, các nét nằm ngang có thể kết thúc tại điểm half-serif, những phần này được gọi là **nét beak (beak)**. Bạn có thể quan sát ví dụ về các nét beak (mỏ) ở Hình 2-23.



Hình |2-23|

Nét beak (màu xanh lam).

Các nét cong đôi khi có serif ở một nét cuối ngắn hơn so với tại nét cuối còn lại được gọi là **nét barb (barb)**. Hình 2-24 minh họa một số ví dụ về nét barb (ngạnh).



Hình |2-24|

Nét barb (màu xanh lam).

Thuật ngữ

chữ roman (roman): typeface vuông vắn, không italic và có serif.

nét barb (barb): phần serif ngắn hơn ở một đầu, thường thấy ở nét cuối của một nét cong.

nét beak (beak): phần half-serif tại nét cuối của một nét thẳng.

nét cuối (terminal): điểm cuối của một nét, có thể có serif hoặc không có serif.

nét swash (swash): một nét mở rộng có tính trang trí đôi khi nhô ra khỏi điểm kết thúc, thường thấy ở các letterform dạng Script.

sans serif: typeface không có phần serif (thường được dùng ở dạng tính từ: sans-serif).

serif: phần mở rộng tại nét cuối của một letterform; còn được gọi là typeface có phần serif (chốt nét).

serif có phần đỡ (bracketed serif): dạng serif có giao nét hình nêm gắn phần này với nét stem, tạo sự chuyển tiếp mượt mà giữa các nét này.

Đôi khi, nét cuối có thể có một nét trang trí mở rộng được gọi là **nét swash (swash)**, như minh họa ở Hình 2-25. Hầu hết nét swash (uốn lượn) thường (chứ không phải luôn) được tìm thấy ở các typeface Script.



Hình |2-25|

Nét swash (màu xanh lam).

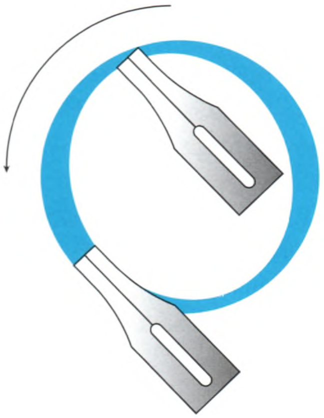
Độ tương phản giữa nét dày và nét mảnh

Một khía cạnh quan trọng khác của chữ là **độ tương phản (contrast)** - tức sự khác nhau về độ đậm giữa stroke weight dày nhất và mảnh nhất của một ký tự. **Stroke weight (độ đậm của nét)** là độ dày của các nét trong một ký tự. Nếu nét stem dày hơn nhiều so với các nét hairline của một ký tự, chúng ta nói rằng typeface này có độ tương phản cao; nếu độ dày của các nét khác nhau không nhiều, chúng ta nói typeface đó có độ tương phản thấp. Một typeface không có sự khác biệt về mức độ weight quang học của các nét được gọi là không có sự tương phản. Hình 2-16 minh họa ví dụ về các chữ cái có độ tương phản cao, tương phản thấp và không tương phản.

Hình |2-26|

Độ tương phản (màu xanh lam).





Hình |2-27|

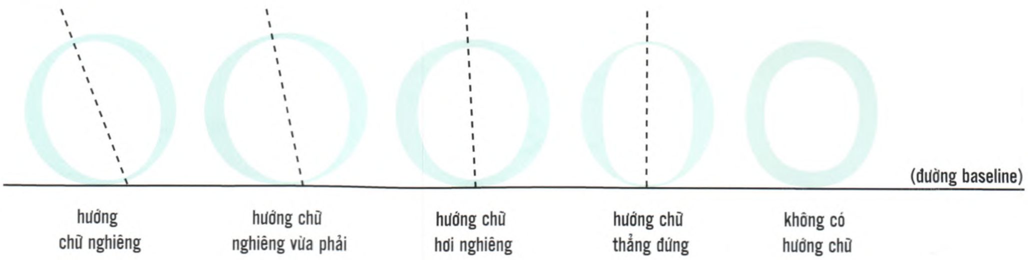
Chiếc bút ngòi rộng vẽ ra những stroke weight khác nhau khi được cầm theo các góc khác nhau so với giấy (màu xanh lam).

Hướng nhấn nét

Khái niệm về hướng nhấn nét dựa trên nguồn gốc calligraphy của chữ in - một chiếc bút ngòi rộng tạo ra một vệt thay đổi tùy vào góc giữ bút. Như bạn có thể thấy ở Hình 2-27, các nét chạy theo cùng hướng có stroke weight rất nhất quán. **Hướng nhấn nét (angle of stress)** mô tả góc mà các nét chính của một typeface hướng theo so với đường baseline của chúng. Bạn có thể xác định hướng nhấn nét cho mọi loại font bằng cách vẽ một đường tưởng tượng đi qua các viền mỏng nhất của một letterform cong. Hãy quan sát Hình 2-28 để thấy ví dụ về chữ O.

Hình |2-28|

Hướng nhấn nét.



Tỷ lệ x-height và set-width

Tỷ lệ của một typeface chủ yếu được xác định bằng tỷ lệ x-height và set-width. **Tỷ lệ x-height (x-height ratio)** của một typeface mô tả chiều cao của các chữ cái thường (không có ascender) so với phần cap-height của typeface đó. Thuật ngữ "x-height" ("chiều cao cơ sở") được đặt tên như vậy là vì chữ x thường có thể cung cấp một tiêu chuẩn đáng tin cậy để thực hiện phép đo này. Như bạn có thể thấy trong Hình 2-29, tỷ lệ x-height có thể thay đổi từ typeface này sang typeface khác. Một số typeface có x-height dài, trong khi một số khác lại có x-height ngắn.

Set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao) của một chữ cái mô tả độ rộng của ký tự đó so với cap height của nó. Nếu một chữ cái trông ngắn và mập, chúng ta nói chữ đó có set width rộng. Nếu chữ cái trông mảnh và cao, chúng ta nói rằng chữ có set width hẹp. Hình 2-30 minh họa các chữ cái với set width khác nhau.

Thuật ngữ

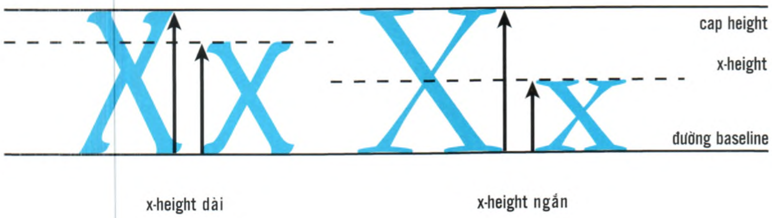
độ tương phản (contrast): 1. sự khác nhau giữa các thành phần được so sánh; 2. thể hiện những phẩm chất không tương đồng khi đối sánh; 3. để so sánh sự khác nhau; 4. đối với chữ, đó là khác nhau về stroke weight dày nhất với mảnh nhất của ký tự.

hướng nhấn nét (angle of stress): góc mà các nét chính của một typeface hướng theo so với đường baseline.

set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao): độ rộng của một ký tự so với cap height của ký tự đó.

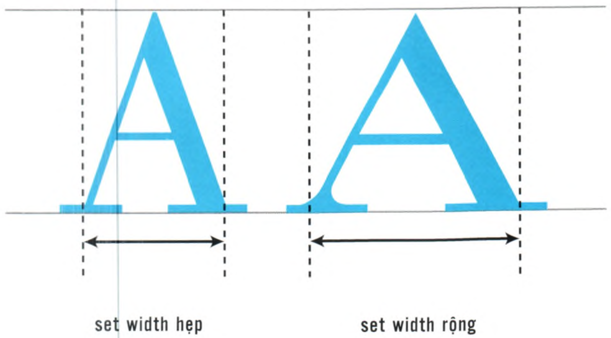
stroke weight (độ đậm của nét): độ dày của các nét riêng lẻ trong một ký tự.

tỷ lệ x-height (x-height ratio): chiều cao của các ký tự thường trong một typeface (không có ascender) so với phần cap height của typeface đó, thường được đo bằng cách lấy ký tự x thường làm chuẩn.



Hình |2-29|

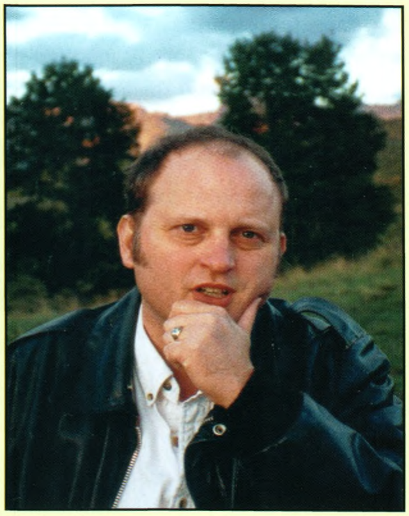
x-height dài và x-height ngắn.



Hình |2-30|

Set width hẹp và set width rộng.

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



Art Chantry

Ông đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên ông làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của ông.

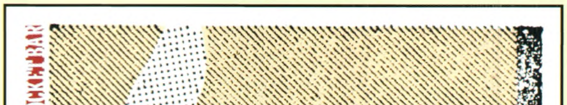
Tôi bắt đầu công việc thiết kế đồ họa sau khi nhìn thấy bản chụp của tạp chí *Graphis* ở một thư viện vào năm 1972. Trước đó, tôi thường sưu tập các poster ảo giác, truyện tranh và đĩa thu âm (để lấy bìa của chúng) rồi thử nhân bản chúng. Song chỉ tới khi nhìn thấy tờ tạp chí *Graphis*, tôi mới biết rằng mình đã tìm ra mục tiêu sự nghiệp thực thụ của bản thân.

Sau thời điểm đó, tôi bắt đầu đọc mọi thứ có thể về chủ đề thiết kế đồ họa và tìm các trường học có chương trình đào tạo về thiết kế. Khi có được công việc thiết kế đồ họa đầu tiên, tôi đang theo học một trường cao đẳng cộng đồng. Trước đó, một vài người bạn thuê tôi thiết kế logo và những thứ linh tinh khi còn học phổ thông.

Tôi chọn những thứ mình đã làm rồi tập hợp lại với nhau thành một dạng hồ sơ năng lực. Đó là một bộ sưu tập các bức vẽ nguệch ngoạc và những tác phẩm chế tác chữ "điên khùng" mà giờ nhớ lại, tôi vẫn còn thấy xấu hổ. Tôi tới Khoa Thiết kế In-house, chuyên đào tạo về thiết kế tại văn phòng, không ra công trường hoặc nơi thi công (In-house Design Department) của trường Cao đẳng Cộng đồng để bàn chuyện với người phụ nữ tên là Rebecca Nolte và nghĩ cô ấy cảm thấy ái ngại cho tôi. Dù sao thì cô ấy cũng đã thuê tôi tham gia vào một chương trình tại chức. Tôi làm công việc chế tác chữ Photostat, Leroy và những việc lặt vặt khác. Vì biết tôi yêu thích các tấm poster nên Rebecca đã để tôi thiết kế một số poster cho Khoa Sân khấu (Theater Department) cùng trường. Đó là nơi tôi đã tạo ra những tác phẩm poster in lụa đầu tiên vào năm 1974 và 1975.

Sau đó, tôi chuyển sang chương trình nghệ thuật đồ họa tại một trường học địa phương mới thành lập được 4 năm. Hóa ra đó lại là một chương trình kỹ thuật, và tại đây tôi đã tìm hiểu về cách vận hành máy in. Cuối cùng, tôi tham gia nhiều lớp học thuộc Khoa Mỹ thuật (Fine Art Department) và nhận thấy rằng các khoa "đang chiến tranh" với nhau. Kết quả là, tôi phải che giấu công việc của mình ở mỗi khoa để tạo ra chương trình thiết kế đồ họa của riêng mình.

Cuối cùng, Khoa Thiết kế In-house của trường đó đã thuê tôi tham gia một chương trình tại chức khác làm về chế tác chữ (lettering) Leroy,... Tôi cũng quay lại làm tự do - chủ yếu là thiết kế poster cho các sự kiện trong trường. Làm như vậy, tôi có thể hỗ trợ bản thân trong công việc thiết kế đồ họa và lấy được bằng đại học. Do mâu thuẫn giữa các khoa, nên tôi không thể khai báo chuyên môn chính của mình cho tới tận học kỳ cuối; tôi đã lấy được bằng nghệ thuật theo đúng mục tiêu, bất chấp các giảng viên đã làm mọi thứ để loại tôi ra khỏi những chương trình mà tôi theo học. Đó chính là quá trình đào tạo của tôi.



Poster Rocket Bar do Art Chantry thiết kế cho BigDumbRock. *Ảnh do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp,* www.artchantry.com.



Poster Crockshock! do Art Chantry thiết kế cho quán cà phê Crocodile. *Ảnh do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp, www.artchantry.com.*

Khi bước vào thế giới "thực" và cố gắng theo đuổi ngành thiết kế đồ họa, do không thể tìm được việc làm để nuôi sống bản thân, nên tôi đã phải rất nỗ lực với những công việc tự do mà mình kiếm được. Hơn 30 năm sau đó, tôi đã gây dựng được một sự nghiệp từ công việc tự do. Cho đến hôm nay, tôi chưa bao giờ được đề nghị một vị trí trả lương đúng nghĩa trong lĩnh vực thiết kế đồ họa.

Ông thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới? Ông có thể chia sẻ với chúng tôi về quá trình thiết kế của mình không? Và công nghệ đóng vai trò như thế nào trong quá trình đó?

Tôi xem như quá trình sáng tạo diễn ra trong một phần của bộ não và đó không phải là phần có ý thức. Nói cách khác, quá trình sáng tạo giống như việc lái xe: Khi lái, bạn không suy nghĩ một cách có ý thức về việc lái chiếc xe đó trong lúc lái. Thực tế, bạn đang nghe radio, nghĩ về bữa tối, hoặc nghĩ đến những lời bạn vừa nói với ông chủ của mình hay bất cứ điều gì khác.

Quá trình sáng tạo cũng tương tự như vậy. Chúng ta nghĩ về các giải pháp, sau đó thể hiện những ý tưởng đầy đủ và hoàn thiện trên giấy một cách thần kỳ. Thủ thuật ở đây là bạn phải học cách để phần não bộ vô thức gửi thông tin mà bạn đang phát triển đủ xa tới phần ý thức của não bộ, từ đó chuyển thành thao tác tay của bạn. Tôi có một số kỹ thuật tự phát triển qua nhiều năm mà bản thân nhận thấy khá hiệu quả, song chung quy lại đều là sự phân tán tư tưởng. Tôi cần một thứ gì đó bao quanh mình, giúp tôi không bị chi phối bởi phần ý thức của não bộ, như vậy phần sáng tạo vô thức của tôi có thể tự do vận động mà không bị ảnh hưởng. Để làm được điều đó (những ngày này), tôi chỉ làm một việc đơn giản là "nhồi nhét" vào đầu thật nhiều thông tin về vấn đề đang phải đối mặt, sau đó đợi một tuần và để tâm trí tự lo phần việc của nó. Tôi hiếm khi suy nghĩ về nó. Sau đó, tôi bật radio và bắt đầu nghe trong khi làm việc. Những ý tưởng cứ thế tuôn ra khi tôi làm việc và bị phân tán bởi chiếc radio.

Tôi biết điều này nghe có vẻ kỳ lạ, song tôi đã đọc nhiều bài viết cho thấy nhiều nhà thiết kế và nghệ sỹ khác cũng làm điều tương tự theo một số cách khác nhau. Andy Warhol sử dụng rất nhiều thứ phân tán tư tưởng để làm việc. Những người khác ngủ một giấc ngắn và tận dụng trạng thái mơ hồ trước khi tỉnh táo (quãng thời gian kỳ lạ khi bạn không thấy buồn ngủ nhưng cũng chưa tỉnh hẳn). Dường như đối với họ, quãng thời gian này là lúc tâm trí có được sự thoải mái và không bị chi phối bởi phần ý thức của não bộ để cho phép các ý tưởng nảy sinh.

Trong bất cứ trường hợp nào, tôi chưa bao giờ ép mình đưa ra các ý tưởng. Tôi có thể có được chúng một cách dễ dàng.

Vai trò của typography trong thiết kế đã thay đổi như thế nào trong thập kỷ vừa qua? Ông dự đoán trong tương lai, typography sẽ phát triển ra sao?

Sự phát triển của typography dưới hình thức nghệ thuật thủ công trong thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20 đã khởi nguồn cho sự ra đời của lĩnh vực thiết kế đồ họa mà chúng ta biết đến ngày nay. Nếu nghiên cứu về những quy tắc cơ bản của giai đoạn thiết kế hiện đại, bạn sẽ nhanh chóng nhận ra rằng trong giai đoạn này, chúng ta đang dựa vào các quy tắc typography.

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



Poster *Ventures* (tạm dịch: *Mạo hiểm*) do Art Chantry thiết kế cho Crocodile Cafe. *Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Công ty Thiết kế Art Chantry*, www.artchantry.com

Bất kể dưới hình thức nào, nghệ thuật thương mại (commercial art) đều đã xuất hiện từ thời đại của những bức vẽ hang động. Thiết kế đồ họa thực sự là một phát minh hiện đại dựa trên một tập hợp gồm nhiều quy tắc. Những quy tắc đó xuất phát từ nghệ thuật typography.

Từ khi máy tính ra đời, typography không còn là lĩnh vực dành riêng cho thợ thủ công và họa sỹ, nó đã được chuyển đến tay những người bình thường. Bất cứ ai cũng có thể mua được một chiếc máy tính và gần như ngay lập tức trở thành một nhà thiết kế/typographer hạng C trở nên. Qua thời gian, bất cứ ai cũng có thể thành thạo các quy tắc cơ bản, cần thiết và tạo ra được những thiết kế đồ họa chất lượng. Do đó, nghệ thuật thiết kế đồ họa sinh ra từ đâu? Trong một tình thế khó xử, đó là ở máy tính.

Phản ứng của tôi trước sự công kích dữ dội của các nhà thiết kế DIY (Do it yourself - Tự mình làm lấy), tạo ra bởi bình minh của việc dễ dàng tiếp cận các chương trình thiết kế máy tính trong suốt kỷ nguyên này, là lùi bước. Tôi buộc phải dựa vào những kỹ năng mình sở hữu - là thứ mà tôi có thể bán - nhưng một chiếc máy tính lại KHÔNG có. Vì vậy, càng lúc tôi càng thấy mình trở nên thô lỗ, cục cằn và phong cách hơn. Hiện tại, tôi giống như một nghệ sỹ chứ không phải một nhà thiết kế đồ họa. Mọi người nói rằng tôi không còn làm typography như nó vốn được định nghĩa nữa. Bây giờ, tôi làm công việc chế tác chữ (lettering) - một kỹ năng được định hình hoàn toàn bởi bàn tay của tác giả. Do đó, tôi không còn là một typographer nữa. Và có lẽ, tôi cũng không còn là một nhà thiết kế đồ họa. Các thuật ngữ này đã trở nên vô cùng mập mờ và quá mơ hồ, đến nỗi không còn áp dụng được cho những gì tôi đang làm.

Trách nhiệm xã hội đóng vai trò gì trong thiết kế? Các nhà thiết kế có thể đóng góp gì cho cộng đồng?

Chúng ta là những tuyên truyền viên cho văn hóa tiếp thị công nghệ. Hoạt động cơ bản trong xã hội của chúng ta là bán hàng. Những nhà thiết kế như chúng ta tạo ra các mục tin để thúc đẩy bán hàng và thường làm điều này mà không quan tâm tới việc chúng ta đang giúp đỡ ai hoặc cái gì. Nếu quả thực chúng ta đang sống trong một ngành công nghiệp phục vụ, thì câu hỏi cần đặt ra là: Chúng ta đang phục vụ ai?

Qua thời gian, tôi đã trở nên rất nhạy cảm với những người được tôi giúp bán hàng. Tôi sử dụng nhiều kỹ năng để thay đổi cách mọi người suy nghĩ về thứ gì đó - mua sản phẩm này, tới sự kiện nọ, bình chọn cho ứng viên kia - và tôi làm điều đó vì tiền. Vậy, có phải tôi là người sẵn sàng giúp đỡ để đi lừa gạt mọi người không? Trong mọi dự án tôi nhận làm, có những câu hỏi tôi luôn tự đặt ra cho bản thân. Đôi khi, đáp án cho các câu hỏi này lại mâu thuẫn với cách tôi cảm nhận và suy ngẫm về vị trí của mình trong xã hội. Kết quả là, thi thoảng tôi cảm thấy cũng phải biết từ chối công việc. Nhiều năm qua, tôi đã tự thỏa hiệp với bản thân rằng sẽ không giúp những kẻ xuẩn ngốc chỉ vì tiền. Tiền chỉ kéo dài trong chốc lát rồi biến mất. Thế nhưng, sự nghiệp mà bạn cho đi sự giúp đỡ sẽ luôn còn đó. Khi được đề nghị làm việc gì, tôi phải hỏi bản thân xem mình có thực sự muốn giúp đỡ sự nghiệp/sản phẩm/khách hàng đó hay không.



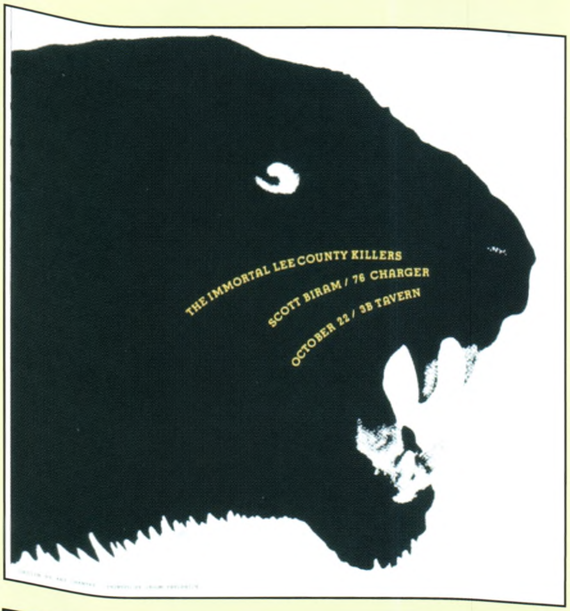
Poster Kustom Kulture do Art Chantry thiết kế cho Trung tâm Nghệ thuật Đương đại (Contemporary Art). Ảnh do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp, www.artchantry.com.

Vậy, ông có lời khuyên gì dành cho các sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?

Hy vọng nó sẽ khó nhọc. Thiết kế đồ họa luôn rất khó khăn và chắc chắn là một con đường đầy chông gai. Lý do thực sự đằng sau công việc thiết kế đồ họa để kiếm sống là vì bạn yêu thích lĩnh vực này. Nếu không đam mê, đó sẽ là một lựa chọn sự nghiệp tồi tệ và khó khăn. Do đó, nếu có ý định theo đuổi thiết kế đồ họa vì tiền, quyền lực, danh tiếng hay vì chạy theo mốt thời thượng, bạn nên suy nghĩ lại về mục tiêu của mình.

Art Chantry, Công ty Thiết kế Art Chantry, đường St. Louis, Missouri

www.artchantry.com





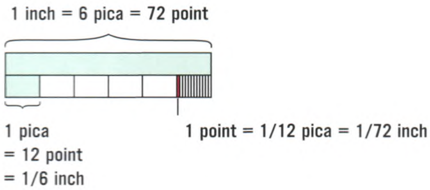
Poster Concert (bên trên) do Art Chantry thiết kế cho 3B Tavern. Poster Mondo Bizarre Anniversary (bên dưới) do Art Chantry thiết kế cho tạp chí *Mondo Bizarre. Cả hai hình ảnh đều do Công ty Thiết kế Art Chantry cung cấp*, www.artchantry.com.

ĐO LƯỜNG KÍCH THƯỚC CHỮ

Vì chúng ta thường sử dụng chữ ở tỷ lệ nhỏ, nên các đơn vị đo lường rất nhỏ sẽ rất cần thiết cho việc thiết kế và sắp đặt chữ. Ở thời điểm hiện tại, hệ thống đo lường kích thước chữ được sử dụng phổ biến nhất là Thang đo kích thước point PostScript (PostScript Point Scale) được sửa đổi từ Thang đo kích thước point của Mỹ, bao gồm các đơn vị đo: Inch, pica và point. Dĩ nhiên, inch là đơn vị đo tiêu chuẩn ở Mỹ. **Pica** thường được dùng để đo kích thước các dòng chữ, có giá trị chính xác bằng 1/6 của 1 inch, như minh họa ở Hình 2-31; 1 pica có thể được chia nhỏ hơn thành 12 **point**, đây là đơn vị được sử dụng thường xuyên nhất để đo kích thước và khoảng cách ký tự.

Hình |2-31|

Inch, pica và point.

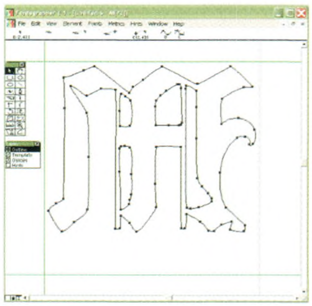


Các typeface dùng trong in khuôn nổi được sắp lên trên một **bộ chữ (sort)** bằng chì có dạng hình chữ nhật, như minh họa ở Hình 2-32. Khi đề cập đến kích thước point của một typeface, thường thì chúng ta đang nói đến **body size (kích thước thân)** của chữ. Body size phải bao gồm đủ không gian để chứa đầy đủ mọi chữ cái hoa và chữ cái thường, cộng thêm phần không gian mở rộng để ngăn không cho các ký tự liền kề chạm nhau. Mặc dù hiện nay, các máy in khuôn nổi hiếm khi được sử dụng, song khái niệm về body size của chữ đã được chuyển sang môi trường giả lập (virtual environment), như minh họa ở Hình 2-32.

Hình |2-32|

Typeface bằng chì cùng với phiên bản kỹ thuật số tương ứng. *Ảnh chụp do Elizabeth Nevin của Nhà xuất bản Briar cung cấp.*

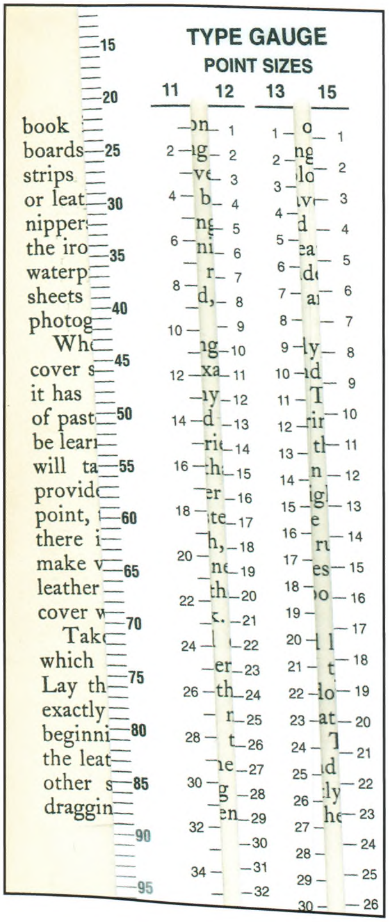




Bạn có thể xác định kích thước point của một typeface bằng cách sử dụng một chiếc thước kẻ như trong Hình 2-33 để đo khoảng cách từ đường baseline của một dòng văn bản tới đường baseline của dòng tiếp theo. Ví dụ, ở Hình 2-33, các đường baseline của văn bản tương ứng với thang 12 point trên thước đo.

Hình |2-33|

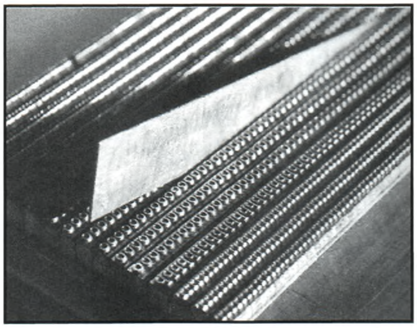
Thang đo kích thước pica.



Đôi khi, những khoảng trống phụ được thêm vào giữa các dòng chữ. Trong quy trình in khuôn nổi, điều này được thực hiện bằng cách đặt các dải chì mỏng vào giữa các dòng chữ, như minh họa ở Hình 2-34. Những dải chì này được gọi là **leading** (phát âm là led-ing). Một lần nữa, khái niệm về leading cũng đã được chuyển sang môi trường giả lập. Dù không còn sử dụng chì để phân tách các dòng văn bản nữa, song chúng ta vẫn gọi line spacing (khoảng cách dòng) là leading.

Hình |2-34|

Leading được chèn vào giữa các dòng chữ kim loại. *Ảnh chụp từ cuốn sách* About Face, Reviving the Rules of Typography *(tạm dịch:* Đôi nét về các typeface: Sự khôi phục các quy tắc Typography*) do David Jury cung cấp.*



Khi leading được thêm vào kích thước body size của một typeface, cả hai kích thước này được cộng với nhau để xác định kích thước point của chữ, như minh họa ở Hình 2-35. Ví dụ, một chữ có kích thước 35 point với khoảng cách leading bằng 13 point sẽ được biểu diễn là 48 point, hoặc 35/48.



Hình |2-35|

Kích thước point.



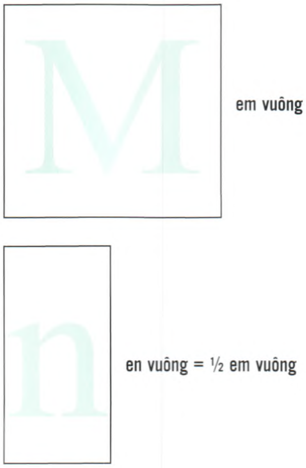
Hình |2-36|

Kích thước point tương đối.

Do chữ có thể được render ở nhiều kích thước point khác nhau, nên việc sử dụng các đơn vị đo tương đối để đo kích thước chữ sẽ rất hiệu quả. Các đơn vị tương đối giúp chúng ta bàn luận về kích thước của letterform này so với letterform khác trong một typeface cụ thể có kích thước point xác định. Ví dụ, chiều cao và độ rộng chính xác của chữ cái A hoa và chữ cái a thường sẽ thay đổi phụ thuộc vào kích thước point của chúng, song mối tương quan về kích thước giữa hai ký tự này là không đổi, bất kể chúng được in ở kích thước 48 point hay 72 point,... Đó là vì nếu chữ a thường có chiều cao bằng 2/3 chiều cao của chữ A hoa tại kích thước 1 point thì ở bất cứ kích thước point nào khác, tỷ lệ này vẫn luôn là 2/3, như minh họa ở Hình 2-36.

Các đơn vị đo tương đối mà chúng ta dùng để so sánh kích thước chữ ở một kích thước point được gọi là **em (em vuông)** và **en (en vuông)**, như minh họa ở Hình 2-37. Trong đó, 1 em (hoặc em vuông) là đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typeface ở một kích thước point cụ thể. Ngoài ra, 1 em luôn là 1 đơn vị vuông có chiều dài và chiều rộng bằng với kích thước point của một typeface. Thông thường, 1 em vuông thường tương tự với độ rộng ngang (advance width) của chữ cái M hoa. Trong khi đó, 1 en luôn bằng ½ độ rộng của 1 em vuông và thường có cùng độ rộng với độ rộng ngang của chữ cái n thường. Ví dụ, 1 em vuông của một typeface kích thước 12 point sẽ có độ rộng là 12 point và chiều cao là 12 point; 1 en vuông của cùng typeface đó sẽ có độ rộng là 6 point, nhưng chiều cao vẫn là 12 point.

Khi thiết lập đơn vị em và en cho một typeface, bạn cần tính đến độ rộng của các ký tự, khoảng lùi đầu dòng (indentation) cũng như khoảng cách giữa các từ dưới dạng phân số hoặc đơn vị của em và en.



Hình |2-37|

Em vuông và en vuông.

Thuật ngữ

body size (kích thước thân): chiều cao mặt của một loại chữ hoặc phiên bản kỹ thuật số tương ứng.

bộ chữ (sort): một mảnh chữ kim loại hình chữ nhật được sử dụng trong quy trình in khuôn nổi.

em hoặc **em vuông**: đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typface ở một kích thước point cụ thể; 1 em luôn là một đơn vị vuông có chiều dài bằng chiều rộng và bằng kích thước point của một typeface cụ thể.

en hoặc **en vuông**: đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typface ở một kích thước point cụ thể; 1 en luôn bằng ½ kích thước của 1 em.

leading (phát âm là led-ing): Là một dải chì mỏng được đặt vào giữa các dòng chữ trong quy trình in khuôn nổi; khoảng cách giữa hai dòng chữ liên tiếp trên một trang giấy hoặc layout (line spacing).

pica: đơn vị đo kích thước chữ có giá trị bằng 1/6 của 1 inch.

point: đơn vị đo kích thước chữ có giá trị bằng 1/72 của 1 inch.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Những nét thẳng và nét cong của các ký tự có thể được render cũng như kết hợp theo nhiều cách khác nhau về mặt tạo hình, nhằm gợi lên một loạt ý nghĩa và mối liên hệ, độc lập với nội dung của chữ. Thuộc tính tạo hình của những nét này tạo nên bản sắc riêng trong một typeface, giúp cho các ký tự trông có vẻ "hòa hợp với nhau". Các thuộc tính này được xác định bởi các nét, giao nét và counterform. Nét cuối và phần serif, độ tương phản giữa nét mảnh với nét dày, hướng nhấn nét, tỷ lệ x-height và set width giúp xác định sự tương đồng trong các typeface. Sự biến đổi của những hình dạng chữ này được đo bằng một thang đo typography đặc biệt tạo thành từ các đơn vị pica và point. Ngoài ra, các đơn vị tương đối dựa trên em vuông cũng được dùng để đo kích thước chữ bên trong một kích thước point của một typeface cụ thể. Nhờ đó, mối tương quan về kích thước có thể mở rộng các kết luận thu được nhờ việc quan sát, ước lượng từ kích thước point này sang kích thước point khác, ngoài phạm vi đã được xem xét.

Học cách nhận diện và so sánh tính phức tạp cùng sắc thái của các letterform là bước quan trọng trong việc học cách xác định, lựa chọn cũng như sử dụng chữ hiệu quả. Kiến thức này còn rất cần thiết đối với mọi nhà thiết kế có ý định tạo ra một typeface mới. Việc nghiên cứu thuật ngữ typography liên quan tới giải phẫu và cấu trúc chữ không chỉ giúp tăng cường hiểu biết về những sự khác biệt tinh tế xét trên khía cạnh tạo hình, mà còn tạo điều kiện truyền thông hiệu quả cho chữ, hỗ trợ cho việc đưa ra các quyết định thiết kế chuyên môn.

Ôn tập

1. Kể tên 5 kiểu đường gióng typography gắn với các letterform.
2. Phần ascender là gì? Phần descender là gì?
3. Sự khác nhau giữa nét stem và nét hairline?
4. Counter là gì?
5. Serif là gì?
6. Sans serif nghĩa là gì?
7. Các nét đặc biệt của riêng chữ G hoa và chữ g thường là gì?
8. Các thành phần cấu trúc của letterform là gì? Kể tên từng thành phần cấu trúc này và giải thích đó là gì?
9. Kích thước point của một typeface được đo như thế nào?
10. Có bao nhiêu point trên 1 inch? Có bao nhiêu pica trên 1 inch? Có bao nhiêu point trên 1 pica?

Bài tập

1. Hãy truy cập một trang Web về font miễn phí trên Internet. (Bạn có thể dễ dàng tìm một trang Web như vậy bằng cách nhập truy vấn (query) "free fonts" vào bộ máy tìm kiếm của trình duyệt). Tìm rồi in những ví dụ khác nhau về nét cuối và phần serif của chữ được thảo luận trong chương. (Bạn có thể thực hiện điều này bằng cách tải font về và cài đặt lên máy tính, hoặc sử dụng tính năng "type test-drive" ("chạy-thử-chữ") của Website rồi sao chép/dán vào một tài liệu Word). Gán nhãn cho từng kiểu nét cuối mà bạn tìm thấy.
2. Xem một tạp chí để tìm ví dụ minh họa cho các thuật ngữ mới được trình bày trong chương. Gán nhãn cho từng ví dụ.
3. Tìm một typeface có hướng nhấn nét thẳng đứng và độ tương phản cao, một typeface với hướng nhấn nét nghiêng và độ tương phản thấp. Sử dụng các ví dụ về hai kiểu typeface này để tạo ra một tác phẩm linh động, nhấn mạnh sự khác nhau về mặt hình thức giữa hai thiết kế typeface đó.
4. Chọn một chữ trong bảng chữ cái. Sau đó, bạn tạo một tác phẩm cắt ghép chữ cái đó từ ít nhất 5 kiểu typeface khác nhau. Gán nhãn cho các phần của chữ cái trong văn bản nhỏ hơn như một thành phần của thiết kế. Các thành phần trong thiết kế này có thể chồng lên nhau, nếu bạn muốn.



Ảnh do Elizabeth Nevin của Nhà xuất bản Briar cung cấp.

CHƯƠNG 3

Mục tiêu bài học

- Tìm hiểu các thuật ngữ chuyên môn về chữ.
- Nắm rõ sự phát triển của các hệ chữ (type family category) theo tiến trình lịch sử.
- Nhận biết được sự khác nhau về thành phần cấu trúc của các letterform (mặt chữ) trong từng hệ chữ.
- Tìm hiểu cách phân loại chữ.
- Đưa ra những quyết định am tường khi lựa chọn typeface (kiểu chữ) cho thiết kế.

Giới thiệu

Có thể bạn từng nhận thấy rằng có rất nhiều loại font sẵn dùng để bạn lựa chọn trong quá trình thiết kế - nhiều đến mức choáng ngợp và khiến bạn đôi khi cảm thấy khó lựa chọn. Một mặt, sự dư thừa các kiểu font có sẵn có thể giúp bạn tạo ra những thiết kế biểu cảm và đặc biệt. Mặt khác, khi có quá nhiều lựa chọn, ta dễ rơi vào cái bẫy của việc sử dụng font không phù hợp - tức là, chọn theo niềm hứng thú và sự yêu thích dành cho chính font đó, thay vì chọn theo các đặc tính phù hợp với thông điệp của thiết kế. Cách thức một typeface thể hiện ra có thể gợi đến một khoảng thời gian hoặc một hiện tượng văn hóa nhất định đối với người xem. Typeface cũng có thể tạo ra một tâm trạng, hoặc gợi đến mối liên hệ với một trải nghiệm nào đó trong trí nhớ. Để thấu hiểu được ngụ ý của những thiết kế typeface khác nhau, bạn cần nắm rõ cách thức phân loại các typeface và thuật ngữ chuyên môn liên quan.

	!	"	#	$	%	&	'	(
)	*	+	,	-	.	/	0	1
2	3	4	5	6	7	8	9	:
;	<	=	>	?	@	A	B	C
D	E	F	G	H	I	J	K	L
M	N	O	P	Q	R	S	T	U
V	W	X	Y	Z	[	\	]	^
_	`	a	b	c	d	e	f	g
h	i	j	k	l	m	n	o	p
q	r	s	t	u	v	w	x	y
z	{	|	}	~		€	‚	ƒ
„	…	†	‡	ˆ	‰	Š	‹	Œ
Ž	‘	’	“	”	•	–	—	˜
™	š	›	œ	ž	Ÿ		¡	¢
£	€	¥	¦	§	¨	©	ª	«
¬	-	®	¯	°	±	²	³	´
µ	¶	·	¸	¹	º	»	¼	½
¾	¿	À	Á	Â	Ã	Ä	Å	Æ
Ç	È	É	Ê	Ë	Ì	Í	Î	Ï
Ð	Ñ	Ò	Ó	Ô	Õ	Ö	×	Ø
Ù	Ú	Û	Ü	Ý	Þ	ß	à	á
â	ã	ä	å	æ	ç	è	é	ê
ë	ì	í	î	ï	ð	ñ	ò	ó
ô	õ	ö	÷	ø	ù	ú	û	ü
ý	þ	ÿ						

THUẬT NGỮ VỀ CHỮ

Là một nhà thiết kế đồ họa, bạn sẽ dùng đến nhiều thuật ngữ mới dành riêng cho chữ. Bạn cần kết hợp chính xác những thuật ngữ này vào vốn từ vựng của mình để có thể thảo luận về thiết kế của bạn với các nhà thiết kế khác, cũng như trình bày về những thiết kế đó với khách hàng. Thuật ngữ **chữ (type)** chỉ chữ được sắp (typeset text), hoặc bất cứ ký tự nào có thể được thiết kế lại với hình dạng cụ thể (và thậm chí cả những bộ chữ kim loại dùng để in các letterform, như đã đề cập ở Chương 2), nhưng có thể bạn còn nghe nói đến các thuật ngữ như “typeface”, “font”, “type style” và “type family”). Do những thuật ngữ này có thể gây nhầm lẫn, nên điều quan trọng là bạn phải phân biệt được chúng.

Typeface

Giả dụ bạn được ông Smith thuê thiết kế một logo cho doanh nghiệp Country Cookin’ Cottage của ông này. Ông Smith muốn logo bao gồm cả letterform mới lẫn nguyên bản mà bạn thiết kế chỉ dành riêng cho logo của ông ta. Trong trường hợp đó, bạn thậm chí không thể thiết kế tất cả các chữ trong bảng chữ cái cho vị khách hàng này được - mà chỉ thiết kế những chữ cái cần thiết có trong tên doanh nghiệp của ông Smith mà thôi. Khi thiết kế các letterform gốc cho logo của ông Smith, bạn đang tạo ra một *typeface* mới. Thuật ngữ **typeface (kiểu chữ)** chỉ một tập hợp các letterform được thiết kế đặc biệt để hòa hợp với nhau. Đây là một thuật ngữ mang nghĩa rộng, có thể chỉ đề cập đến vài chữ cái trong một logo hoặc đề cập đến cả một font.

Font

Giả dụ ông Smith thích typeface bạn thiết kế cho logo của ông ấy. Giờ ông Smith lại muốn bạn thiết kế tất cả các ký tự còn lại mà ông ấy cần để sử dụng typeface bạn đã thiết kế vào việc tạo ra toàn bộ các ấn phẩm như brochure (sách nhỏ quảng cáo), thực đơn, văn phòng phẩm và báo cáo thường niên. Ông chủ doanh nghiệp này sẽ cần đến cả khuôn chữ hoa lẫn chữ thường cho mỗi chữ trong bảng chữ cái, cũng như các con số, ký hiệu và dấu câu. Ông ấy cũng có thể cần đến các phân số, ligature (chữ ghép), dấu (accent) và những ký tự đặc biệt khác, chẳng hạn như ™.

Hình |3-1|

Một bảng ký tự của font Times New Roman hoàn chỉnh. *Ảnh do Công ty thiết kế chữ Bitstream* (www.bitstream.com, www.myfonts.com) *cung cấp.*

Việc bạn đang làm cho ông Smith là phát triển typeface của mình thành một *font*. Có thể bạn đã quen thuộc với các loại font. Khi sử dụng một chương trình soạn thảo văn bản trên máy tính, có thể bạn thường chọn loại font mình muốn thể hiện trong văn bản của bạn. Thuật ngữ **font (phông chữ)** chỉ một tập hợp bao gồm tất cả các ký tự của một typeface cụ thể, cần thiết cho việc sắp chữ (type setting). Những ký tự của một font đặc thù thường có chung các đặc tính cụ thể, khiến chúng dường như thuộc về nhau. Hình 3-1 minh họa bảng ký tự (character map) của một bộ font Times New Roman hoàn chỉnh.

Kiểu chữ

Ông Smith thích loại font bạn thiết kế cho ông ấy. Giờ vị khách này quyết định rằng ông ấy cần bạn chỉnh lại font đó để tạo ra những phiên bản chữ italic (nghiêng), bold (đậm), light (mảnh), expanded (giãn) và condensed (co); ông Smith đang yêu cầu bạn phát triển nhiều *kiểu chữ* khác nhau của font đó. Một **kiểu chữ (type style)** chỉ một phiên bản được chỉnh sửa của một typeface. Khi bạn dùng chương trình soạn thảo văn bản trên máy tính và tạo kiểu văn bản thành bold hoặc italic, có nghĩa là bạn đang áp dụng một kiểu chữ cho văn bản đó.

Khi mua các bộ font, bạn thường thấy các kiểu chữ được đóng gói thành những file font tách biệt nhau và được bán riêng. Các kiểu chữ này luôn có chất lượng cao hơn những kiểu chữ mà phần mềm soạn thảo văn bản của bạn có thể tạo ra. Đó là do máy tính của bạn tạo ra các kiểu chữ bằng cách áp dụng một công thức toán học cố định cho từng letterform, trong khi nhà thiết kế xem xét độ cân bằng thị giác, còn gọi là cân giác (optical balance) ở những vị trí nên bổ sung, loại trừ hoặc điều chỉnh trọng lượng thị giác/độ đậm (visual weight) khi thiết kế một kiểu chữ. Hình 3-2 minh họa sự khác biệt giữa kiểu chữ bold và italic do thiết kế và do máy tính tạo ra của font Times New Roman.



Hình |3-2|

Các kiểu chữ do thiết kế và do máy tính tạo ra của font Times New Roman.



Hình |3-3|

Mẫu chữ của họ chữ Century. *Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Công ty thiết kế chữ Mỹ (American Type Founders).*

Họ chữ

Nếu bạn nhóm toàn bộ các kiểu chữ của font mà bạn phát triển cho ông Smith lại với nhau, bao gồm cả font gốc chưa chỉnh sửa, tập hợp này được gọi là **họ chữ (type family)**. Thuật ngữ *họ chữ* có thể đề cập đến một tập hợp chữ bao gồm một typeface cụ thể, riêng biệt và toàn bộ những kiểu chữ của typeface đó. Ở Hình 3-3, bạn có thể thấy biểu đồ mẫu của họ chữ Century.

Thật không may khi thuật ngữ *họ chữ* có thể gây nhầm lẫn, bởi từ này có thể được dùng chính xác để mô tả *hai khái niệm khác nhau*; họ chữ cũng có thể đề cập đến các loại mà ta chia xếp chữ vào đó, dựa trên nguồn gốc lịch sử và những đặc điểm tạo hình của letterform. Để sáng tỏ, chúng ta sẽ gọi dạng họ chữ này là hệ chữ (type family category).

Có nhiều họ chữ mà nhà thiết kế cần nắm được, bởi chúng là những chuẩn mực đã đứng vững trước thử thách của thời gian. Những họ chữ kinh điển này nổi bật về mặt thiết kế và tính tiện lợi, dùng các mục đích liên quan đến trình bày, hiển thị chữ khổ lớn dùng cho tiêu đề/đầu đề và cho cả những văn bản dài. Một số ví dụ đáng chú ý bao gồm:

- Baskerville.
- Bodoni.
- Caslon.
- Futura.
- Helvetica.
- Optima.
- Times New Roman.
- Univers.

Thuật ngữ

font (phông chữ): tập hợp bao gồm tất cả các ký tự của một typeface cụ thể, rất cần thiết cho việc sắp chữ.

họ chữ (type family): 1. tập hợp chữ bao gồm một typeface cụ thể và tất cả các kiểu chữ của typeface đó; 2. một hệ mà chữ được phân vào, dựa trên nguồn gốc lịch sử và đặc điểm tạo hình của các letterform.

kiểu chữ (type style): phiên bản chỉnh sửa của một typeface.

type (chữ): 1. bộ chữ kim loại dùng để in các letterform; 2. văn bản được xếp chữ; 3. các ký tự được in.

typeface (kiểu chữ): tập hợp các letterform được thiết kế đặc biệt để hòa hợp với nhau.

HỆ CHỮ

Các typeface được phân vào các hệ chữ (type family category) phản ánh nguồn gốc lịch sử và đặc trưng về phong cách của chúng. Hiểu rõ cách phân loại các typeface sẽ giúp bạn đưa ra quyết định tốt hơn về thời điểm và cách sử dụng chúng, từ đó có thể dẫn lối cho quyết định của bạn khi tạo ra những thiết kế typeface mới. Nhà thiết kế nào đưa ra được lựa chọn am tường về cách sử dụng font có thể tạo ra những thiết kế gây ấn tượng mạnh mẽ hơn, thành công hơn.

Không may là, không có hệ thống được công nhận nào dành cho việc phân loại chữ; nhiều cuốn sách bàn về typography mô tả nhiều cách tiếp cận khác nhau đối với việc phân loại. Tuy vậy, điểm chung mà bạn thấy được ở những cuốn sách này là: Việc phân loại các typeface rất hữu ích và cần thiết, giúp bạn hiểu cũng như áp dụng chữ hiệu quả. Ở mỗi hệ thống phân loại, các typeface được phân loại dựa trên sự kết hợp giữa quá trình phát triển về mặt lịch sử của chữ và đặc trưng về phong cách của các letterform.

Điều may mắn là sự khác biệt giữa những hệ thống này chỉ là chuyện bề nổi. Chúng thực sự chỉ khác nhau ở tên gọi được dùng cho từng hệ chữ và mức độ bao quát mà các hệ đó được chia nhỏ ra.

Nhằm phục vụ mục đích của cuốn sách này, chúng tôi sẽ dùng những cách phân loại được công nhận nhiều nhất và khám phá một số cách phân chia theo quy ước. Những tên gọi thường thấy (và tên gọi khác) cho các hệ chữ này là:

- Blackletter.
- Humanist (còn gọi là Venetian).
- Old Style (còn gọi là Old Face, Garalde).
- Transitional (còn gọi là Réales).
- Modern (còn gọi là Didone).
- Egyptian (còn gọi là Slab Serif, Square Serif, Mécanes, Antiques).
- Sans Serif:
  - Grotesque sans serif.
  - Geometric sans serif.
  - Humanist sans serif.
- Script.
- Display.



Hình |3-4|

Hình ảnh về các bộ chữ nổi bằng chì (lead letterpress sort). *Ảnh do Elizabeth Nevi của Nhà xuất bản Briar cung cấp.*

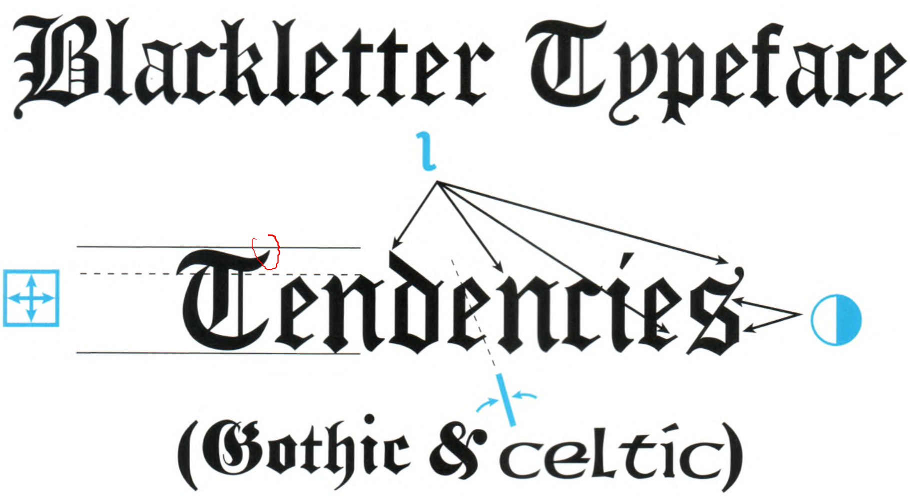
Khi thiết kế một letterform mới, nhà thiết kế cần ra quyết định về các thành phần cấu trúc cụ thể của chữ cái, bao gồm x-height (chiều cao cơ sở), độ tương phản (contrast), hướng nhấn nét (angle of stress) và nét cuối (terminal). Nhìn chung, những quyết định liên quan đến các thành phần trên sẽ được lặp lại ở hầu hết hoặc tất cả các ký tự, khi typeface đó được phát triển thành một font. Tính tương đồng này của các thành phần cấu trúc là yếu tố khiến cho những ký tự khác nhau của một font dường như rất hòa hợp.

Khi bàn luận về từng hệ chữ có liên quan đến lịch sử dưới đây, bạn cần lưu ý những thành phần cấu trúc này có xu hướng thay đổi từ thành phần này sang thành phần khác như thế nào trong các khoảng thời gian khác nhau. Việc nhận ra sự biến đổi đó ở những thành phần này chính là chìa khóa giúp bạn phân biệt các hệ chữ.

Hệ chữ Blackletter

Khi Johannes Gutenberg phát minh ra chữ tháo lắp/chữ có thể dịch chuyển (movable type) vào năm 1455 ở Mainz, Đức, ông đã tạo dáng cho con chữ của mình theo kiểu viết tay phổ biến của những người làm nghề tốc ký địa phương thời đó. Những người làm nghề tốc ký ở Đức dùng những cây bút ngòi rộng để viết ra các chữ cái với vẻ góc cạnh, sắc nét. Để đỡ tốn giấy da, họ vẽ những chữ cái rất hẹp với phần counter (lòng trong) hẹp. Việc thiếu không gian âm (negative space) khiến trang giấy toát lên vẻ ngoài tối tăm, do đó kiểu chế tác chữ này bắt đầu được biết đến với tên gọi blackletter (đôi khi còn được gọi là Old English).

Gutenberg đổ các letterform này vào những dãy chữ bằng chì được gọi là các bộ chữ (sort), như minh họa ở Hình 3-4. Những bộ font đầu tiên được sử dụng ở châu Âu được thiết kế mô phỏng theo lối calligraphy kiểu blackletter của những người làm nghề tốc ký. Hệ chữ Blackletter bao gồm tất cả các font được thiết kế để mô phỏng theo chữ Script kiểu Gothic thời Trung cổ. Hệ chữ này còn bao gồm tất cả những font phục dựng vốn được thiết kế để trông giống các font blackletter thời kỳ đầu. Những font tròn trịa hơn dựa trên kiểu chế tác chữ uncial của dân Ireland thời Trung cổ, vốn cùng thời với kiểu blackletter của Gothic, cũng thuộc hệ chữ này.



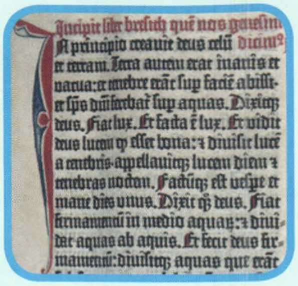
Nét cuối (terminal)	**Nét cuối:** Phần kết thúc của các nét chữ thường sắc nhọn và có thể bao gồm những nét hoa văn (flourish). **Serif:** Các nét cuối có thể có hoặc không có phần serif.
Hướng chữ (angle of stress)	Thường theo hướng chếch/xiên (nhô lên từ đường baseline, hướng mạnh về phía bên trái).
Độ tương phản (contrast)	Thường có độ tương phản cao giữa nét dày và nét mỏng.
Tỷ lệ (proportion)	**x-height:** Thường khá cao so với cap height. **Set width:** Kiểu Gothic thường có bề ngoài hẹp, kiểu Celtic thường có bề ngoài rộng. **Không gian dương/âm (positive/negative space):** Các chữ cái có không gian khép kín với những counterform toát lên vẻ ngoài tối tăm.
Đặc điểm khác (additional feature)	• Dựa trên kiểu chữ viết tay của những người làm nghề tốc ký Gothic (người Đức) và Celtic (người Ireland) thời Trung cổ. • Có nhiều nét hoa văn. • Các nét stem to đậm thẳng đứng tạo nên vóc dáng mạnh mẽ theo chiều dọc.

Hình |3-5|

Các xu hướng (tendency) của typeface Blackletter.

HỆ CHỮ BLACKLETTER VÀ VÍ DỤ

Đây là thiết kế của Johannes G, một loại font phục dựng kiểu blackletter (minh họa bên dưới) ở định dạng kỹ thuật số, dựa trên các letterform do Gutenberg tạo ra dành cho cuốn Kinh Thánh 42 dòng (42-line Bible, tức mỗi trang có 42 dòng). Bạn có thể đối chiếu typeface định dạng kỹ thuật số với typeface gốc, như mô tả ở Hình 3-6; các bản phục dựng kiểu blackletter khác cũng được minh họa. Khi đối chiếu, bạn cần nhớ rằng các bản phục dựng thường không phải là bản sao chính xác của những font tồn tại trước đó - các nhà thiết kế mới thường thêm lý giải của riêng họ vào những typeface phục dựng này, với hy vọng cải thiện được chúng theo cách nào đó.



Hình |3-6|

Cận cảnh đoạn văn bản từ cuốn Kinh Thánh 42 dòng của Gutenberg năm 1455. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh (British Library) [C.9.d.3].

FF Johannes G

26 pt

FF Johannes G được Manfred Klein thiết kế năm 1991, dựa trên các thiết kế gốc do Johannes Gutenberg tạo ra năm 1455. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ FSI FontShop International (*www.fontshop.com*, *www.fontfont.com*) cung cấp.

FF Johannes G – 28 pt

abcdefghijklmnopqrſtûvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890@'!?:;“”)

American Uncial

24 pt

American Uncial được Victor Hammer thiết kế năm 1953, dựa trên chữ Script và typeface Celtic từ thế kỷ 14 đến thế kỷ 16. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ URW++ (*www.urwpp.de/english/home.htm*) cung cấp.

American Uncial – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstu

vwxyz (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Cloister Black
32 pt

Cloister Black là dạng phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton và Joseph W. Phinney thiết kế năm 1904. Cloister Black do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Duc de Berry – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Duc de Berry
32 pt

Duc de Berry được Gottfried Pott thiết kế năm 1990, dựa trên các chữ Script và typeface Gothic từ thế kỷ 13 đến thế kỷ 16. Đây là một phần trong các chuỗi "Chữ trước thời Gutenberg" ("Type before Gutenberg") của Công ty Linotype. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Duc de Berry – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Fette Fraktur
28 pt

Fetter Fraktur là dạng phục dựng của chữ Script và typeface Gothic từ thế kỷ 13 đến thế kỷ 16. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Fette Fraktur – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ BLACKLETTER

Goudy Text

30 pt

Họ chữ Goudy Text được Frederic Goudy thiết kế năm 1928, dựa trên typeface Gothic và Celtic từ thế kỷ 13 đến thế kỷ 16. Goudy Text MT và Goudy Text MT Lombardic Capitals (hoa) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Goudy Text – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Kelmscott

32 pt

Kelmscott được David Nalle thiết kế năm 1993, dựa trên các thiết kế gốc do William Morris tạo ra năm 1892. Họ chữ này do Công ty thiết kế chữ Scriptorium (*www.fontcraft.com*) cung cấp.

Kelmscott – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QURSTVWXYZ

(1234567890$%&*@'!?:;"")

Hệ chữ Humanist (hoặc Venetian)

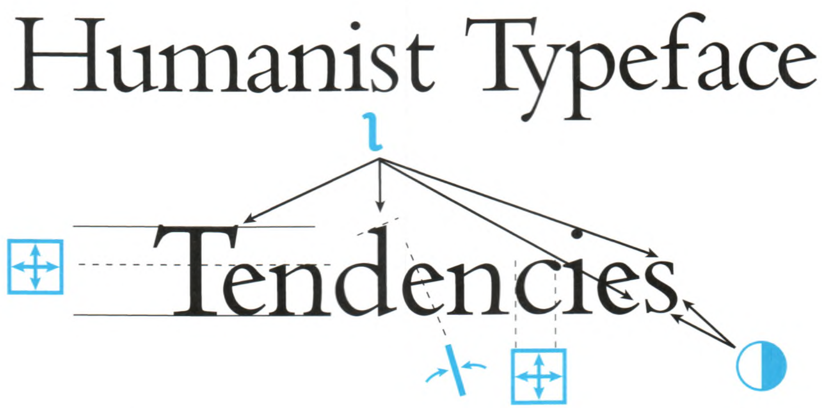
Năm 1461, thành phố Mainz bị quân lính phá hủy và thiêu rụi. Tình trạng trên buộc nhiều người, trong đó có các nhà in, phải rời khỏi nước Đức. Sự kiện này đã thúc đẩy kỹ thuật in chữ tháo lắp/chữ có thể dịch chuyển (movable type) lan rộng ra khắp châu Âu. Trong một thập niên bạo loạn, Venice ở Italia đã trở thành trung tâm quan trọng của ngành công nghiệp in ấn.

Những người làm nghề tốc ký ở Italia không dùng kiểu chữ viết tay loại blackletter. Họ viết bằng kiểu chữ khoáng đạt hơn, dựa trên kiểu chế tác chữ của người La Mã cổ đại, những người được dân chúng Italia tôn kính. Chữ viết tay của những người làm nghề tốc ký Italia được gọi là whiteletter, do không gian âm được thêm vào đã tạo nên nét thẩm mỹ chung thanh thoát hơn. Ảnh hưởng của La Mã cổ đại cũng dẫn tới việc phải bổ sung một đặc điểm mới và quan trọng cho chữ: Đó chính là serif. Chữ Script loại whiteletter trông rất giống các chữ được sử dụng phổ biến nhất hiện nay.

Năm 1470, chữ tháo lắp dựa trên kiểu chữ viết tay loại whiteletter của những người làm nghề tốc ký ở Italia bắt đầu xuất hiện. Ban đầu, người Italia cố gắng sao chép gần giống với kiểu chữ viết tay của người làm nghề tốc ký ở nước họ, tương tự như cách người Đức từng làm trước đó, nên các font whiteletter được sản xuất thời kỳ đầu trông rất giống chữ viết theo lối calligraphy. Những chữ whiteletter ban đầu này được gọi là Humanist, vì trông chúng như được viết ra bằng tay người.

Nhiều người thấy typeface whiteletter dễ đọc hơn kiểu chữ blackletter đậm với các nét trang trí hoa mỹ, nên typeface La Mã nhanh chóng được phổ biến khắp châu Âu. Ngày nay, chúng ta vẫn tiếp tục dùng thuật ngữ "roman" để mô tả những typeface thẳng đứng, không italic và có serif.

Hệ chữ Humanist bao gồm cả các typeface La Mã thời kỳ đầu này lẫn typeface mới hơn vốn có chung thành phần cấu trúc. Thuật ngữ Humanist bắt nguồn từ những phẩm tính giống con người của các chữ cái, vốn có xu hướng đem lại cảm giác mềm mại, như được viết bằng tay và rất sống động. Các letterform này sở hữu vẻ ngoài đậm nét, bo tròn và có độ tương phản thấp. Chúng thường có hướng nhấn nét rất xiên và nghiêng. Các serif cũng theo hướng xiên và thường có dáng khum (cong lại như một bàn chân). Trong các typeface Humanist, thanh crossbar của chữ **e** thường luôn có hướng nghiêng, như minh họa ở Hình 3-7. Hệ chữ Humanist đôi khi còn được gọi là hệ chữ Venetian (thuộc Venice), bởi những typeface Humanist đầu tiên đều xuất hiện từ thành phố Venice xinh đẹp của Italia.



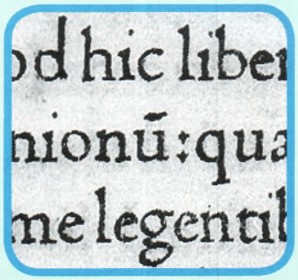
Nét cuối	**Nét cuối:** Phần kết thúc của các nét chữ có thể hơi nhọn, bo tròn, góc cạnh, hoặc kết thúc ở dạng giọt nước mắt hay trái bóng; các nét cuối ở phần ascender của ký tự in thường hay có dạng góc cạnh. **Serif:** Thường có phần đỡ, có thể không đều và/hoặc hơi cong vào (khum lại) và bo tròn.
Hướng nhấn nét	Thường có hướng nghiêng (nhô lên từ đường baseline, hướng mạnh lên phía bên trái).
Độ tương phản	Thường có độ tương phản thấp giữa nét dày và nét mỏng.
Tỷ lệ	**x-height:** Nhìn chung là từ trung bình đến cao so với cap height. **Set width:** Các ký tự thường có độ rộng từ vừa phải cho đến rất rộng. **Không gian dương/âm:** Khoảng không gian và phần counter được tăng thêm, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn so với các typeface blackletter.
Đặc điểm khác	• Dựa trên kiểu chữ viết tay của những người làm nghề tốc ký ở Italia thời Trung cổ. • Các ký tự thường có hình dạng sống động, bo tròn và có những nét theo kiểu calligraphy từ vừa phải đến đậm. • Chữ *e* thường có thanh crossbar nghiêng xuống.

Hình |3-7|

Các xu hướng của typeface Humanist.

HỆ CHỮ HUMANIST VÀ VÍ DỤ

Một trong những typeface Humanist sớm nhất được Nicolas Jenson khắc năm 1470, như minh họa ở Hình 3-8. Các typeface do Jenson khắc đóng vai trò trọng yếu trong việc thiết lập hướng đi mà phải mất nhiều thế kỷ, lĩnh vực thiết kế chữ mới bước tới được. Những thiết kế của Jenson, vốn dựa trên tỷ lệ của các letterform La Mã cổ đại, trở thành chất xúc tác cho sự chuyển đổi từ typeface blackletter sang whiteletter như một tiêu chuẩn ở châu Âu. Jenson đã để lại những ảnh hưởng trực tiếp và sâu rộng lên lĩnh vực thiết kế chữ. Các thiết kế chữ Humanist đã được phục dựng vào thế kỷ 19 và 20, ngày nay vẫn tiếp tục có nhiều bản phục dựng mới dưới định dạng kỹ thuật số. Một bản phục dựng kỹ thuật số của chữ Humanist vốn sao chép lại tác phẩm của Jenson, được gọi là Jenson Classico, cùng với một số kiểu chữ liên quan đến nó, đều được trình bày ở đây. Bản phục dựng kỹ thuật số của những font Humanist khác được minh họa ở các trang tiếp theo.



Hình |3-8|

Cận cảnh chữ của Jenson từ cuốn *Institutiones Oratoriae* (tạm dịch: *Thuật hùng biện*) do Marcus Fabius Quintilianus viết (ấn bản năm 1471).

Jenson Classico

36 pt

Họ chữ Jenson Classico do Franko Luin thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Nicolas Jenson tạo ra năm 1470. Jenson Classico, Jenson Classico Bold (đậm), Jenson Classico Italic (nghiêng), Jenson Classico Bold Italic (đậm và nghiêng) và Jenson Classico Small Caps (chữ hoa nhỏ) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Jenson Classico – 46 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&
*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

Jenson Classico Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Jenson Classico Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Jenson Classico Bold Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Jenson Classico Small Caps – 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Centaur

32 pt

Họ chữ Centaur là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Bruce Rogers tạo ra năm 1914. Centaur MT, Centaur MT Italic và Centaur MT Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Centaur MT – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Centaur MT Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Centaur MT Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

Cloister
32 pt

Họ chữ Cloister được Phil Martin thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1913. Cloister URW T Regular (thường), Cloister URW T Regular Italic (thường và nghiêng) và Cloister URW T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ (*www.urwpp.de/english/home.htm*) cung cấp.

Cloister URW T Regular – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Cloister URW T Regular Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Cloister URW T Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Deepdene

30 pt

Họ chữ Deepdene là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Frederic Goudy tạo ra năm 1927. Deepdene URW T Roman, Deepdene URW T Roman Italic và Deepdene URW T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ (*www.urwpp.de/english/home.htm*) cung cấp.

Deepdene URW T Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Deepdene URW T Roman Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Deepdene URW T Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

Stratford
30 pt

Họ chữ Stratford được Adrian Williams và Freda Sack thiết kế năm 1979. Stratford T Roman, Stratford T Italic và Stratford T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ (*www.urwpp.de/english/home.htm*) cung cấp.

Stratford T Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Stratford T Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Stratford T Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Souvenir
32 pt

Họ chữ ITC Souvenir được Ed Benguiat thiết kế năm 1971, dựa trên các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1914. ITC Souvenir Medium (vừa phải), ITC Souvenir Medium Italic (nghiêng vừa) và ITC Souvenir Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

ITC Souvenir – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

ITC Souvenir Medium Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890
$%&@'!?:;"")*

ITC Souvenir Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890
$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST

True Golden

36 pt

Họ chữ True Golden là bản phục dựng của các thiết kế gốc do William Morris thiết kế năm 1891. True Golden, True Golden Italic và True Golden Bold do Công ty thiết kế chữ Scriptorium (*www.fontcraft.com*) cung cấp.

True Golden – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

True Golden Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;“”)*

True Golden Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Hệ chữ Old Style (hoặc Old Face, Garalde)

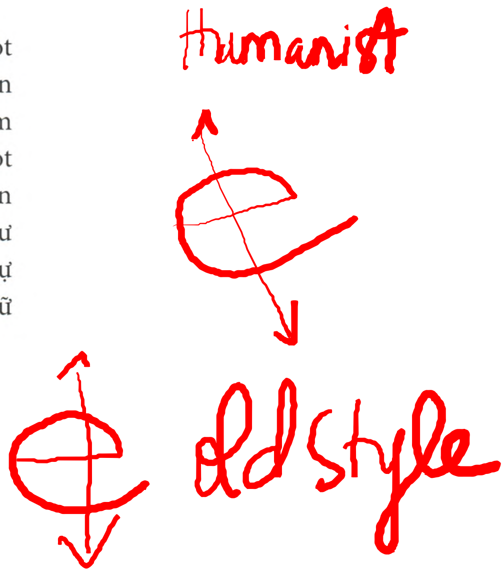
Ban đầu, nhiều người đánh giá thấp sách in, cho rằng loại sách này ở cấp thấp hơn sách được viết bằng tay. Ngành công nghiệp in ấn cũng vấp phải sự kháng cự từ những người làm nghề tốc ký, bởi họ lo sợ cho công việc của mình và không thể nhanh chóng chấp nhận sự thay đổi. Tuy nhiên, quan điểm công chúng đã thay đổi khi các nhà xuất bản bắt đầu nhận ra sách in có thể đem lại lợi nhuận như thế nào, cũng như khi người tiêu dùng thấy được rằng sách càng lúc càng dễ mua và dễ kiếm hơn. Khi nhận thấy sách và tài liệu in có thể giúp truyền bá rộng khắp đạo Cơ đốc đến quần chúng ở châu Âu, Nhà thờ Công giáo đã tán thành sách in. Chẳng mấy chốc, việc sưu tầm sách in được chấp nhận về mặt văn hóa và việc sở hữu một thư viện cá nhân trở thành một điều mang lại thanh thế cho người ta.

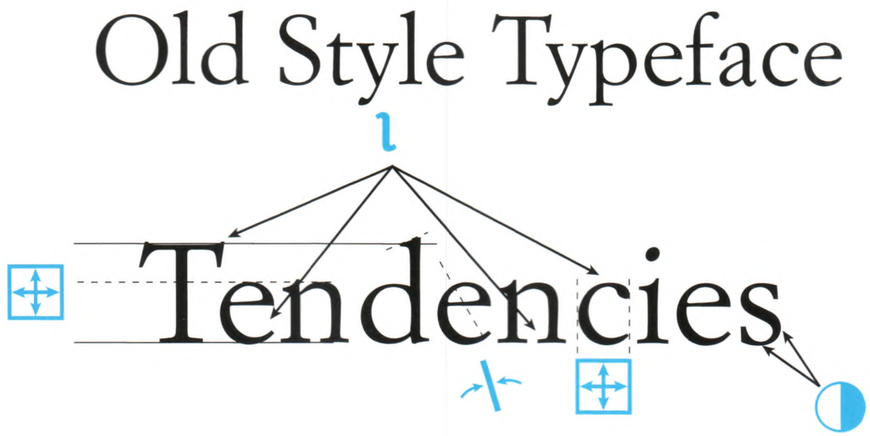
Tới năm 1500, các font Old Style kiểu mới bắt đầu xuất hiện, trông ít giống kiểu viết calligraphy hơn một chút. Mặc dù vẫn giữ được thần thái sống động của typeface Humanist, nhưng các letterform Old Style có nét tỉ mỉ và chính xác hơn, trông thanh thoát hơn, độ tương phản cũng cao hơn. Các serif cũng thanh thoát hơn, thường sắc nét và thẳng hơn. Một điểm mới khác là phần ascender của các chữ cái thường như **b, d, f** và **l** được kéo dài cao hơn phần cap height. Ngoài ra, nếu như chữ **e** thường thuộc typeface Humanist có thanh crossbar theo chiều nghiêng thì chữ **e** thường thuộc typeface Old Style lại có thanh crossbar hướng theo chiều dọc, như minh họa ở Hình 3-9.

Nguyên nhân dẫn tới sự biến đổi về phong cách nghệ thuật này một phần là do những người tạo khuôn chữ (punchcutter) đã cải thiện được tính chuẩn xác và kỹ năng của mình khi tạo ra các letterform trong những khuôn kim loại dùng cho in ấn. Có sự biến đổi này một phần là do sách in được chấp thuận về mặt văn hóa - các nhà xuất bản không còn cảm thấy họ phải làm cho sách của mình có vẻ giống như dạng viết tay nữa. Việc du nhập các font Old Style đánh dấu một sự biến đổi tinh tế nhưng quan trọng của chữ, thoát khỏi nguồn gốc chữ viết calligraphy trước đây.

GHI CHÚ

Trong một số hệ thống phân loại, bạn sẽ thấy typeface Humanist xuất hiện như một nhóm con của hệ chữ Old Style. Đó là do hai loại này có mối liên hệ khăng khít nhau về mặt phong cách và vì vào thời ấy, typeface Humanist mới chỉ phổ biến được vài thập kỷ.





Nét cuối	**Nét cuối:** Phần kết thúc của các nét chữ có thể hơi nhọn, bo tròn, góc cạnh, hoặc có thể kết thúc ở dạng giọt nước mắt hoặc trái bóng; song nhìn chung là thanh thoát hơn, sắc nét hơn và thẳng hơn so với đầu mút của typeface Humanist; nét cuối của phần ascender thường có góc cạnh. **Serif:** Thường có phần đỡ mỏng và thẳng hơn một chút so với phần serif của chữ Humanist.
Hướng nhấn nét	Thường có hướng nghiêng vừa phải (nhô lên từ đường baseline, hướng về bên trái ở mức vừa phải).
Độ tương phản	Thường có độ tương phản từ thấp đến trung bình giữa nét dày và nét mỏng.
Tỷ lệ	**x-height:** Nhìn chung là cao so với cap-height. **Set width:** Các ký tự thường có độ rộng vừa phải cho đến rất rộng. **Không gian dương/âm:** Khoảng không gian và phần counter được tăng thêm, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn một chút so với các typeface Humanist.
Đặc điểm khác	• Vẫn giữ lại phần nào đó nét sống động, nhưng tỉ mỉ hơn so với chữ Humanist. • Phần ascender của các chữ cái thường cao hơn so với cap height. • Chữ *e* thường có thanh crossbar không nghiêng (hướng theo chiều ngang).

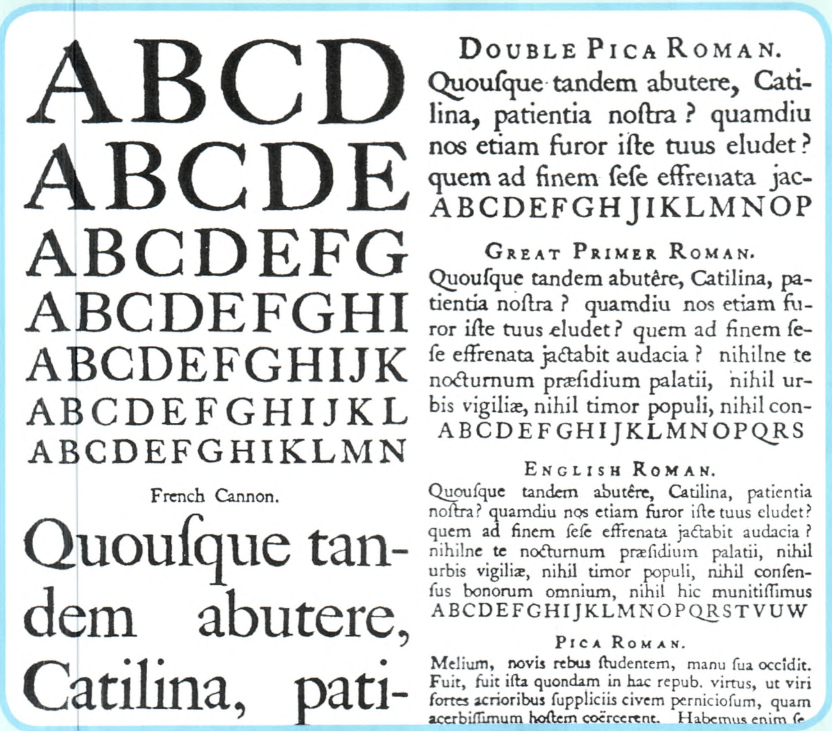
Hình |3-9|

Các xu hướng của typeface Old Style.

HỆ CHỮ OLD STYLE VÀ VÍ DỤ

Một trong những typeface Old Style được sử dụng rộng rãi nhất do William Caslon thiết kế. Caslon bắt đầu mở một xưởng thiết kế chữ ở Anh năm 1720, vào lúc luật kiểm duyệt nghiêm ngặt vốn trước đây ngăn cấm việc in ấn và tạo khuôn chữ ở địa phương, bị bãi bỏ. Các font của Caslon rất phổ biến tại Anh, phần lớn vì thiếu tính cạnh tranh; xưởng của Caslon là một trong rất ít xưởng thiết kế chữ được thành lập tại Anh quốc, do đó font của ông luôn có sẵn với mức giá rất dễ chịu tại nước này. Các typeface của Caslon được xuất khẩu từ Anh sang nhiều nước trên thế giới, theo con đường thực dân Anh (British colonialism) và được dùng trong những tài liệu quan trọng có tính toàn cầu, bao gồm cả Tuyên ngôn Độc lập của nước Mỹ. Quan sát Hình 3-10, bạn sẽ thấy ví dụ về một mẫu typeface gốc của William Caslon.

Các typeface Old Style vẫn còn phổ biến suốt thế kỷ 16, 17 và đầu thế kỷ 18; trong suốt thế kỷ 20, nhiều thiết kế typeface Old Style đã được phục dựng. Cho đến nay, nhiều bản phục dựng này đã được khôi phục lại dưới định dạng kỹ thuật số và hiện vẫn giữ được mức độ phổ biến như cũ. Một bản phục dựng dưới dạng kỹ thuật số của Old Style sao chép lại tác phẩm của Caslon, gọi là Caslon Classico, kèm theo một số kiểu chữ liên quan, cũng được trình bày ở đây. Bản phục dựng kỹ thuật số của những font Old Style khác được minh họa ở các trang tiếp theo.


ABCD
ABCDE
ABCDEFG
ABCDEFGHI
ABCDEFGHIJK
ABCDEFGHIJKL
ABCDEFGHIKLMN

French Cannon.

Quouſque tan-dem abutere, Catilina, pati-

DOUBLE PICA ROMAN.

Quouſque tandem abutere, Catilina, patientia noſtra? quamdiu nos etiam furor iſte tuus eludet? quem ad finem ſeſe effrenata jac-
ABCDEFGHJIKLMNOP

GREAT PRIMER ROMAN.

Quouſque tandem abutêre, Catilina, patientia noſtra? quamdiu nos etiam furor iſte tuus eludet? quem ad finem ſeſe effrenata jactabit audacia? nihilne te nocturnum præſidium palatii, nihil urbis vigiliæ, nihil timor populi, nihil con-
ABCDEFGHIJKLMNOPQRS

ENGLISH ROMAN.

Quouſque tandem abutêre, Catilina, patientia noſtra? quamdiu nos etiam furor iſte tuus eludet? quem ad finem ſeſe effrenata jactabit audacia? nihilne te nocturnum præſidium palatii, nihil urbis vigiliæ, nihil timor populi, nihil conſenſus bonorum omnium, nihil hic munitiſſimus
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTVUW

PICA ROMAN.

Melium, novis rebus ſtudentem, manu ſua occidit. Fuit, fuit iſta quondam in hac repub. virtus, ut viri fortes acrioribus ſuppliciis civem perniciofum, quam acerbiſſimum hoſtem coërcerent. Habemus enim ſe

Hình |3-10|

Cận cảnh các chữ từ tờ mẫu font đầu tiên của William Caslon, năm 1734 SCN. Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Thư viện Anh (British Library) [C.180 ff.4(2)].

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

Caslon Classico
30 pt

Họ chữ Caslon Classico được Franko Luin thiết kế năm 1993, dựa trên các thiết kế gốc do William Caslon tạo ra năm 1725. Caslon Classico, Caslon Classico Italic, Caslon Classico Bold, Caslon Classico Bold Italic và Caslon Classico Small Caps (chữ hoa nhỏ) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Caslon Classico – 46 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSUVWXYZ
(1234567890$
%&*@'!?:;"")

Caslon Classico Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ(1234567890$%&@'!?:;"")*

Caslon Classico Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Caslon Classico Bold Italic– 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Caslon Classico Small Caps– 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

Bembo

32 pt

Họ chữ Bembo được Stanley Morison thiết kế năm 1929, dựa trên các thiết kế gốc do Francesco Griffo tạo ra năm 1496. Bembo, Bembo Italic và Bembo Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Bembo – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&★@'!?:;“”)

Bembo Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&★@'!?:;“”)

Bembo Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&★@'!?:;“”)

Caxton
32 pt

Họ chữ Caxton được Leslie Usherwood thiết kế năm 1981. Caxton Book, Caxton Book Italic, Caxton Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Caxton Book – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Caxton Book Italic – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;“”)*

Caxton Bold – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

Goudy Old Style
32 pt

Họ chữ Goudy Old Style là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Frederic Goudy tạo ra năm 1915. Goudy Old Style, Goudy Old Style Italic và Goudy Old Style Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Goudy Old Style – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Goudy Old Style Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Goudy Old Style Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Original Garamond
24 pt

Họ chữ PT Original Garamond được Gayaneh Bagdasaryan thiết kế năm 2002, dựa trên các thiết kế do Công ty thiết kế chữ Stempel sản xuất năm 1925, vốn dựa trên những thiết kế gốc do Claude Garamond tạo ra năm 1592. PT Original Garamond, PT Original Garamond Italic và PT Original Garamond Bold do Công ty thiết kế chữ Paratype (*www.paratype.com*) cung cấp.

PT Original Garamond – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

PT Original Garamond Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;“”)*

PT Original Garamond Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ OLD STYLE

Palatino

32 pt

Họ chữ Palatino được Hermann Zapf thiết kế năm 1950. (Ngày nay đã có một phiên bản phục dựng có tên gọi là Palatino Nova). Palatino Roman, Palatino Italic và Palatino Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Palatino Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Palatino Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Palatino Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Times New Roman

24 pt

Họ chữ Times New Roman được Stanley Morison thiết kế năm 1931, cho tờ *The Times* (tạm dịch: *Thời đại*) của London. Times New Roman, Times New Roman Italic và Times New Roman Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Times New Roman - 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Times New Roman Italic - 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;“”)*

Times New Roman Bold - 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



April Greiman

Bà đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên bà làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của bà.

Tôi nghĩ mình đã bị sa thải khỏi việc làm đầu tiên trong lĩnh vực thiết kế. Khi đó, tôi làm việc cho GAF, với nhiệm vụ tạo ra một thiết kế bao bì cho hỗn hợp bê tông; việc đó quá tuyệt! Tôi cũng thiết kế giao diện đồ họa cho một máy ghi hình và một máy chiếu. Không may là, tôi bị cáo buộc về tội tìm đến các giải pháp quá bất thường. Chúng được sản xuất ra, nhưng sau đó tôi bị mắng vì không bao giờ điền vào mấy tờ chấm công. Nói thẳng ra là tôi quá tự giác, bởi tôi làm việc hơn 10 tiếng mỗi ngày mà họ chỉ cho phép chúng tôi làm việc từ 9 đến 5 giờ! Do đó, thay vì rơi vào tình trạng rắc rối do đưa vào quá nhiều giờ như vậy, tôi cứ né tránh mấy tờ chấm công đi. Sếp tôi cũng chẳng dễ dàng gì với việc thảo luận mấy thứ này, tôi buộc lòng phải nói như vậy!

Bà thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới?

Tôi muốn tâm mình tĩnh lặng - đi ra ngoài thâm nhập vào tự nhiên. Sa mạc luôn kích thích sự sáng tạo và tư duy của tôi.

Bà có thể chia sẻ với chúng tôi về quy trình thiết kế của mình không? Công nghệ đóng vai trò gì trong quy trình đó?

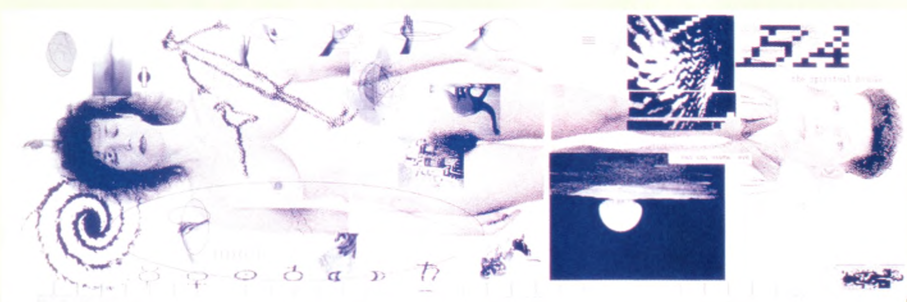
Công nghệ có mặt khắp nơi trong lĩnh vực của chúng tôi. Đừng quên rằng, ngay cả cây bút chì cũng là công nghệ!

Vai trò của typography trong thiết kế đã thay đổi như thế nào trong suốt thập niên qua?

Chữ là hình ảnh. Đây là chuyển biến quan trọng từ thời tôi làm typography, thường là bằng kim loại.

Trách nhiệm xã hội nên đóng vai trò gì trong thiết kế? Các nhà thiết kế có thể đóng góp gì cho cộng đồng?

Nhà thiết kế không nên chỉ trông cậy vào việc tìm đến những giải pháp dễ chịu cho các vấn đề; họ phải xem xét câu hỏi rằng thiết kế của họ tác động đến văn hóa ra sao. Câu hỏi này đang dần trở nên gay go hơn, trong bối cảnh nền văn hóa toàn cầu càng lúc càng phức tạp hơn. Khi



"Does it Make Sense?" (tạm dịch: "Nó có ý nghĩa không?"), *Design Quarterly* #133, tác phẩm do April Greiman thiết kế cho Trung tâm Nghệ thuật Walker (Walker Art Center); Mildred Friedman là nhà giám tuyển. *Ảnh do Made in Space* (www.madeinspace.la) *cung cấp.*

làm việc, nhà thiết kế phải ý thức rõ mọi hành động của họ cũng như sản phẩm mà họ giúp quảng bá sẽ để lại những ảnh hưởng gì. Không may là tại Mỹ, lĩnh vực thiết kế dường như càng lúc càng bị thị trường lèo lái.

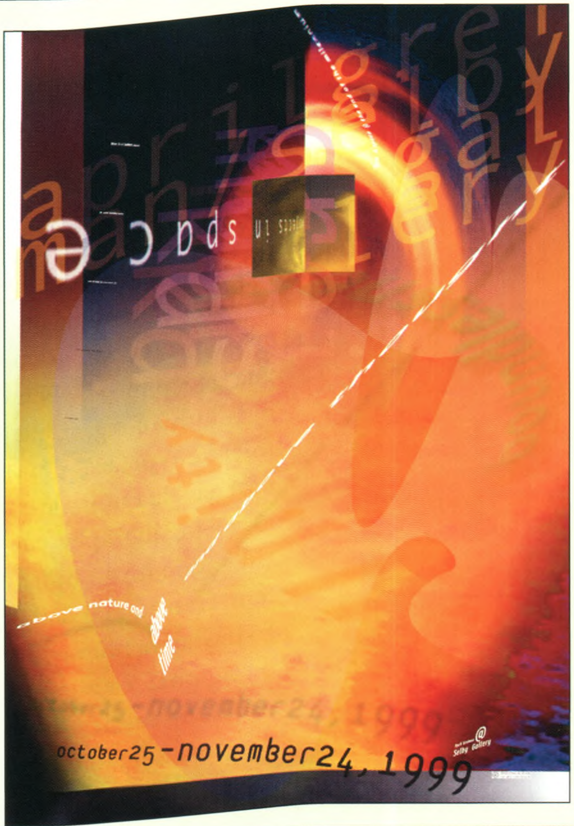
Bà có lời khuyên gì dành cho các sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?

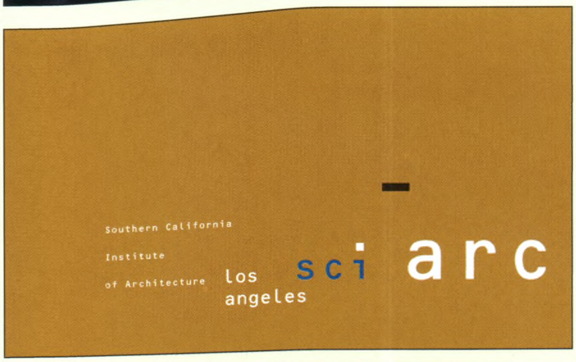
Hãy đảm bảo rằng bạn hoàn toàn yêu thích những việc mình làm. Nếu không, hãy tìm đến việc gì đó khác. Đây là một miếng bánh khó nhai trong một lĩnh vực, mặc dù nó đáng làm, bổ ích, vui và đậm tính giáo dục.

April Greiman, Made in Space, Los Angeles, California, *www.madeinspace.la.*



Poster của Công ty Samitaur Constructs, do April Greiman thiết kế cho triển lãm Venice Biennale. *Ảnh do Made in Space (www.madeinspace.la) cung cấp.*





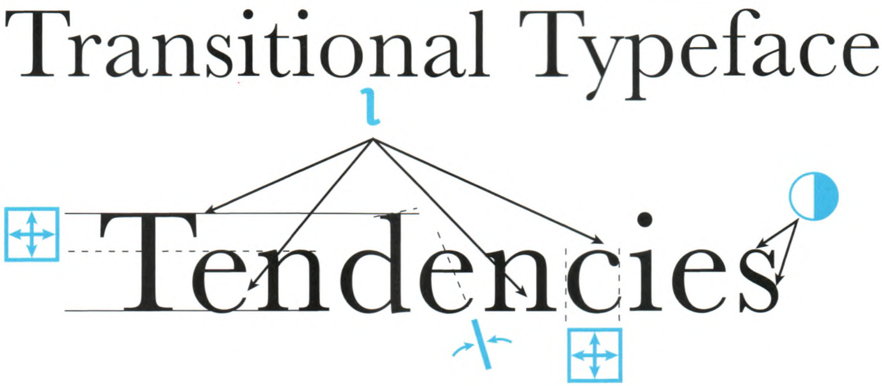
(Bên trên) Poster do April Greiman thiết kế cho Phòng triển lãm Selby (Selby Gallery) của Trường Nghệ thuật Ringling (Ringling School of Art). *Ảnh do Made in Space (www.madeinspace.la) cung cấp.*

(Bên dưới) Thiết kế nhận diện do April Greiman thực hiện dành cho Học viện Kiến trúc Nam California (Southern California Institute of Architecture), 2004. *Ảnh do Made in Space (www.madeinspace.la) cung cấp.*

Hệ chữ Transitional (hoặc Réales)

Các typeface Old Style đã thống trị ngành công nghiệp in ấn quốc tế suốt một thời gian dài, khoảng 200 năm. Khi đó, vào thế kỷ 18, những kiểu chữ phổ biến bắt đầu thay đổi lần nữa, nhằm đáp ứng các tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực in ấn. Những thiết kế chữ ở giai đoạn này đã khởi đầu một quá trình chuyển tiếp về phong cách từ typeface Old Style của thế kỷ 16 và 17 sang typeface Modern của thế kỷ 19 - do đó, hệ chữ này có tên là Transitional.

Typeface Transitional đầu tiên được gọi là *Roman du Roi*, nghĩa là "typeface của Nhà vua". Typeface này được Philippe Grandjean thiết kế năm 1693, theo sự ủy nhiệm của Vua Louis XIV (bạn có thể xem một ví dụ về typeface Roman du Roi của Grandjean ở Hình 1-25, Chương 1). Đáp lại những lời phàn nàn về tình trạng suy giảm chất lượng sản xuất ở các mặt hàng thương mại, Nhà vua đã lập một ủy ban để thiết lập những tiêu chuẩn quốc gia mới cho nhiều ngành thủ công, trong đó có typography. Là một phần trong nỗ lực trên, một thiết kế typeface mới được ủy nhiệm để chỉ dùng riêng cho tòa án. Typeface mới này dựa trên các nguyên lý kỹ thuật, khoa học và toán học, thay vì dựa trên lối viết calligraphy của người làm nghề tốc ký. Hướng nhấn nét nhắm theo chiều dọc nhiều hơn và độ tương phản cao hơn phản ánh thực tế rằng: Các font Transitional đã tách rời khỏi nguồn gốc calligraphy của chúng. Người ta có thể tạo ra những hình dạng thanh mảnh hơn, tỉ mỉ và chính xác hơn, với độ tương phản cao hơn nhờ các công nghệ mới nổi như khắc chạm (engraving) và những cải tiến trong lĩnh vực đúc chữ (type casting). Mặc dù việc sử dụng typeface Roman du Roi bên ngoài tòa án của Vua Louis XIV bị xem là phạm pháp, nhưng dù sao thì các nhà thiết kế đương thời cũng đã sao chép lại hướng nhấn nét nhắm theo chiều dọc nhiều hơn, set width của chữ thì hẹp hơn và độ tương phản cao hơn.



Nét cuối		**Đầu mút:** Phần kết thúc của các nét chữ có thể nhọn, bo tròn, góc cạnh, hoặc có thể kết thúc ở dạng giọt nước mắt hay trái bóng; song nhìn chung thanh thoát hơn, sắc nét hơn và thẳng hơn so với các đầu mút của typeface Old Style; nét cuối ở phần ascender của chữ thường theo phương ngang và khá góc cạnh. **Serif:** Thường có phần đỡ mỏng và thẳng hơn một chút so với phần serif của chữ Old Style.
Hướng nhấn nét		Thường theo chiều dọc (vuông góc với đường baseline) hoặc hơi xiên (hướng một chút về phía bên trái).
Độ tương phản		Thường có độ tương phản trung bình giữa nét dày và nét mỏng, nhìn chung là có độ tương phản cao hơn so với các typeface Old Style.
Tỷ lệ		**x-height:** Nhìn chung là có chiều cao trung bình so với cap height. **Set width:** Các ký tự có xu hướng hẹp hơn so với typeface Old Style. **Không gian dương/âm:** Khoảng không gian và phần counter được tăng thêm, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn một chút so với các typeface Old Style.
Đặc điểm khác		• Tỉ mỉ hơn so với chữ Old Style. • Phần ascender của các chữ cái thường (không viết hoa) sẽ cao hơn một chút so với cap height.

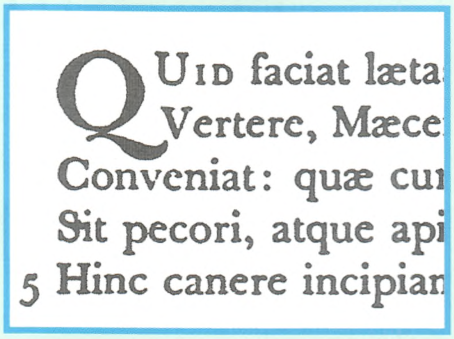
Hình |3-11|

Các xu hướng của typeface Transitional.

HỆ CHỮ TRANSITIONAL VÀ VÍ DỤ

Một người đã có nhiều đóng góp quan trọng cho sự phát triển của các thiết kế typeface Transitional là John Baskerville. Ông không chỉ tạo nên những typeface mở rộng xu thế hướng đến thẩm mỹ mang tính kỹ thuật hơn, mà còn sáng chế ra các loại giấy mịn hơn, cải tiến mực cũng như những công cụ có thể giúp sản xuất ra các letterform mềm mại và tỉ mỉ hơn. Hình 3-12 minh họa một ví dụ về tác phẩm của Baskerville.

Hiện vẫn còn nhiều bản phục dựng dạng kỹ thuật số của typeface Transitional, bao gồm một số bản phục dựng dựa trên tác phẩm này của John Baskerville. Một font như vậy, được gọi là John Baskerville, kèm theo một số kiểu chữ liên quan, được trình bày ở đây. Bản phục dựng kỹ thuật số của những font Transitional khác được minh họa ở các trang tiếp theo.


QUID faciat læta
Vertere, Mæce
Conveniat: quæ cu
Sit pecori, atque api
5 Hinc canere incipian

Hình |3-12|

Cận cảnh các chữ từ cuốn *Latin Virgil* (tạm dịch: *Khởi nguyên của chữ Latinh*), được John Baskerville in năm 1757 SCN, trích từ cuốn *Printing Types* (tạm dịch: *Chữ trong in ấn*) của Alexander Lawson. @ *Bản quyền năm 1971 thuộc về Alexander Lawson, in lại với sự cho phép của Nhà xuất bản Beacon, Boston.*

John Baskerville

24 pt

Họ chữ John Baskerville được Frantisek Storm thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do John Baskerville tạo ra năm 1757. John Baskerville, John Baskerville Italic, John Baskerville Bold và John Baskerville Bold Italic do Công ty thiết kế chữ Storm (*www.stormtype.com*) cung cấp.

John Baskerville – 38 pt

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

John Baskerville Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

John Baskerville Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

John Baskerville Bold Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ TRANSITIONAL

Cheltenham
32 pt

Họ chữ Cheltenham được Morris Fuller Benton, Hannibal Ingalls Kimball và Bertram Grosvenor Goodhue thiết kế năm 1904. Cheltenham, Cheltenham Italic và Cheltenham Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Cheltenham – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Cheltenham Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Cheltenham Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Cochin

32 pt

Họ chữ Cochin được Matthew Carter mở rộng năm 1975, dựa trên các thiết kế gốc do Georges Peignot tạo ra năm 1914. Cochin, Cochin Italic và Cochin Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Cochin – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Cochin Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Cochin Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ TRANSITIONAL

Corona
32 pt

Họ chữ Corona là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Chauncey H. Griffith tạo ra năm 1941. Corona, Corona Italic và Corona Bold Face No. 2 do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Corona – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Corona Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;"")*

Corona Bold Face No. 2 – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Electra

32 pt

Họ chữ Electra được W. A. Dwiggins tạo ra năm 1935. Năm 1988, Linotype mở rộng họ chữ này với bốn mức độ weight khác nhau, kiểu true italic (nghiêng) khác nhau và phiên bản chữ Display dành cho tiêu đề/đầu đề khổ lớn khác nhau. Electra LH Regular, Electra LH Cursive (chữ thảo) và Electra LH Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Electra LH Regular – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Electra LH Cursive – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Electra LH Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ TRANSITIONAL

Mrs. Eaves
32 pt

Họ chữ Mrs. Eaves được Zuzana Licko thiết kế năm 1996, dựa trên các thiết kế gốc do John Baskerville tạo ra năm 1757. Mrs. Eaves Roman, Mrs. Eaves Italic và Mrs. Eaves Bold so Công ty thiết kế chữ Emigre (*www.emigre.com*) cung cấp.

Mrs. Eaves Roman – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Mrs. Eaves Italic – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Mrs. Eaves Bold – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Versailles

30 pt

Họ chữ Versailles được Adrian Frutiger thiết kế năm 1984. Versailles Roman, Versailles Italic và Versailles Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Versailles Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Versailles Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;“”)*

Versailles Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

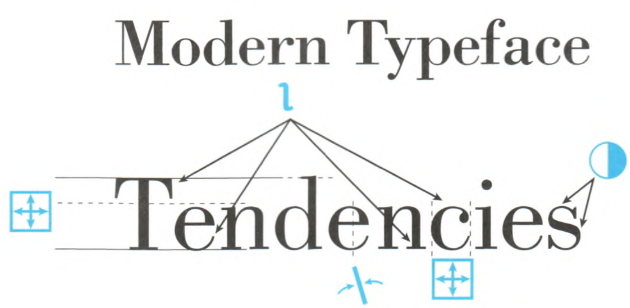
Hệ chữ Modern (hoặc Didone)

Từ "modern" ("hiện đại") có thể gây nhầm lẫn, do có nhiều cách sử dụng phổ biến. Tất nhiên, từ này có thể chỉ cái gì đó đương đại hoặc mới. Thi thoảng, khi nói tới từ "hiện đại", chúng ta đề cập đến trào lưu Nghệ thuật Hiện đại (Modern Art movement) đầu thế kỷ 20, mặc dù nghệ thuật từ thời điểm đó hiện không còn mới (hiện đại) nữa. Trớ trêu là, các typeface vốn được xếp vào hệ chữ Modern lại KHÔNG PHẢI là loại mà ta liên hệ với trào lưu Nghệ thuật Hiện đại của thế kỷ 20. Đây là một sự khác biệt quan trọng.

Khi phân loại chữ, thuật ngữ "hiện đại" đề cập đến các typeface La Mã được phát triển vào cuối thế kỷ 18 và thế kỷ 19, vốn là giai đoạn mở ra "thời kỳ Hiện đại" ("Modern age"). Xu hướng của những typeface này là có set width hẹp, độ tương phản cao, serif có phần đỡ mỏng hoặc serif không có phần đỡ, tỷ lệ x-height thấp và hướng nhấn nét theo chiều dọc. Các typeface Modern trông rất tỉ mỉ và mang tính cơ giới, phản ánh năng lực kỹ thuật đang tiến bộ của xã hội đang trải qua quá trình công nghiệp hóa, do đó gần như tách ly hoàn toàn với nguồn gốc calligraphy của chúng.

Hình |3-13|

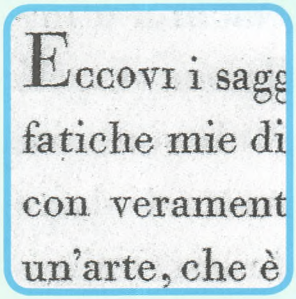
Các xu hướng của typeface Modern.



	Nét cuối	**Nét cuối:** Phần kết thúc của các nét chữ có thể nhọn, bo tròn, góc cạnh, hoặc có thể kết thúc ở dạng giọt nước mắt hay trái bóng; song nhìn chung là thanh thoát hơn, sắc nét hơn và thẳng hơn so với nét cuối của typeface Transitional; nét cuối ở phần ascender của ký tự in thường hay được đặt theo phương ngang. **Serif:** Thường có phần đỡ rất mỏng hoặc không có phần đỡ, thẳng hơn và sắc nét hơn so với phần serif của chữ Transitional.
	Hướng nhấn nét	Thường theo chiều dọc (vuông góc với đường baseline).
	Độ tương phản	Thường có độ tương phản cao giữa nét dày và nét mỏng.
	Tỷ lệ	**x-height:** Nhìn chung là có chiều cao từ thấp đến trung bình so với cap height. **Set width:** Các ký tự có xu hướng hẹp hơn so với typeface Transitional. **Không gian dương/âm:** Khoảng không gian và phần counter rộng rãi, mang lại vẻ ngoài tổng thể thanh thoát hơn một chút so với typeface Transitional.
Đặc điểm khác		• Các ký tự có vẻ ngoài tỉ mỉ và mang tính cơ giới. • Các ký tự có thể được tạo dựng từ những phần có thể hoán đổi cho nhau.

HỆ CHỮ MODERN VÀ VÍ DỤ

Hai trong số những nhà thiết kế typeface Modern đáng chú ý nhất là Firmin Didot của Pháp và Giambattista Bodoni của Italia. Cả hai đều dùng sự đối nghịch giữa các yếu tố thị giác/thành phần trực quan (visual element), như dày với mỏng và thấp với cao, nhằm tạo ra nhiều kịch tính cho những typeface của họ. Các font do Didot và Bodoni đúc khuôn đều có thẩm mỹ mang tính cơ giới - rất tỉ mỉ và có hướng nhấn nét theo phương thẳng đứng, ngoài ra còn có những phần có thể hoán chuyển cho nhau, như bạn có thể thấy ở ví dụ về tác phẩm của Bodoni được minh họa ở Hình 3-14. Các typeface do Bodoni và Didot thiết kế được sao chép rộng rãi suốt thời kỳ họ sống, cho đến nay đã có nhiều bản phục dựng. Ví dụ về một bản phục dựng định dạng kỹ thuật số dựa trên các thiết kế của Bodoni có tên Bodoni EF kèm theo một số kiểu chữ liên quan được trình bày ở đây. Bản phục dựng kỹ thuật số của những font Modern khác được minh họa ở các trang tiếp theo.


Eccovi i sagg
fatiche mie di
con verament
un'arte, che è

Hình |3-14|

Cận cảnh đoạn văn từ cuốn *Manuale Tipografico* (tạm dịch: *Sổ tay Typography*) của Grambattista Bodoni, năm 1818.

Bodoni EF
32 pt

Họ chữ Bodoni EF và họ chữ Bodoni No 2 là các bản phục dựng của những thiết kế gốc do Giambattista Bodoni tạo ra năm 1798. Bodoni EF Regular, Bodoni EF Regular Italic (thường và nghiêng), Bodoni EF Bold, Bodoni EF Bold Italic và Bodoni No 2 EF Ultra (rất đậm) do Công ty thiết kế chữ Elsner + Flake (*www.elsner-flake.com*) cung cấp.

Bodoni EF Regular – 46 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
(1234567890$%
&*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

Bodoni EF Regular Italic – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;“”)*

Bodoni EF Bold – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Bodoni EF Bold Italic – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Bodoni No 2 EF Ultra – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Bernhard Modern

30 pt

Họ chữ Bernhard Modern là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Lucian Bernhard tạo ra năm 1937. Bernhard Modern, Bernhard Modern Italic và Bernhard Modern Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Bernhard Modern – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Bernhard Modern Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Bernhard Modern Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

Craw Modern

22 pt

Họ chữ Craw Modern là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Freeman Craw tạo ra năm 1964. Craw Modern URW T Regular, Craw Modern URW T Regular Italic (thường và nghiêng) và Craw Modern URW T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ (*www.urwpp.de/english/home.htm*) cung cấp.

Craw Modern URW T Regular – 20 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Craw Modern URW T Regular Italic – 20 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Craw Modern URW T Bold – 20 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

De Vinne

36 pt

Họ chữ De Vinne là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Gustav F. Schroeder tạo ra năm 1890. De Vinne Roman, De Vinne Italic và De Vinne Text do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

De Vinne Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

De Vinne Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

De Vinne Text – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

Linotype Didot
24 pt

Họ chữ Linotype Didot được Adrian Frutiger và studio Linotype tạo ra dựa trên các thiết kế gốc của Firmin Didot năm 1784. Linotype Didot Roman, Linotype Didot Italic và Linotype Didot Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Linotype Didot Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Linotype Didot Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Linotype Didot Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Modern No 216

20 pt

Họ chữ ITC Modern No 216 được Edward Benguiat thiết kế năm 1982. Modern No 216 Medium, Modern No 216 Medium Italic (nghiêng vừa) và Modern No 216 Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Modern No 216 Medium – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Modern No 216 Medium italic – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Modern No 216 Bold – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ MODERN

Walbaum
30 pt

Họ chữ Walbaum là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Justus Erich Walbaum tạo ra năm 1919. Walbaum Roman, Walbaum Italic và Walbaum Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Walbaum Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Walbaum Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Walbaum Bold – 28 pt

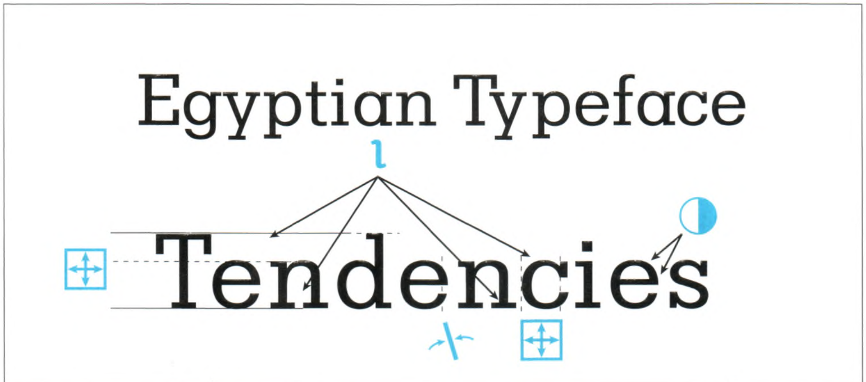
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Hệ chữ Egyptian (hoặc Slab Serif, Square Serif, Mécanes, Antiques)

Các typeface Egyptian xuất hiện dưới dạng chữ Display (chữ dùng cho tiêu đề/đầu đề khổ lớn) ở những mẩu quảng cáo thời Nữ hoàng Victoria vào thế kỷ 19. Công nghệ in thạch bản offset (offset lithography technology) mới đã giúp việc in poster quảng cáo trở nên dễ dàng, tốn ít chi phí hơn bao giờ hết, nên các nhà thiết kế nhanh chóng phát triển những typeface kiểu bold (đậm), có tính trang trí, nhằm thu hút sự chú ý của người xem. Typeface Egyptian rất dễ nhận diện nhờ phần serif vuông vức, chắc nịch và vẻ ngoài chắc đậm của chúng. Cái tên Egyptian đề cập đến nét thẩm mỹ chắc chắn, hướng theo phương ngang của nghệ thuật, kiến trúc và chữ hieroglyphics thời Ai Cập cổ đại; typeface này được nhiều người sử dụng vào thời điểm Napoleon xâm chiếm Ai Cập. Hệ chữ Egyptian còn được gọi là Slab Serif hoặc Square Serif, do có các serif đặc trưng với vẻ chắc nịch và không có phần đỡ. Typeface Egyptian nhìn chung là chắc nịch, có độ tương phản thấp và thường có hướng nhấn nét thẳng đứng, như minh họa ở Hình 3-15.

Hình |3-15|

Các xu hướng của typeface Egyptian.



	Nét cuối	**Nét cuối:** Phần kết thúc của các nét chữ có thể được bo tròn hoặc vuông; các nét cuối ở phần ascender của chữ thường (không hoa) hay được đặt theo phương ngang. **Serif:** Thường có phần đỡ rất mỏng hoặc không có phần đỡ, nhìn chung là dày như các nét stem; phần serif thường trông giống những phiến đá dày.
	Hướng nhấn nét	Nếu có một hướng nhấn nét nào, thì đó thường là hướng theo phương dọc (vuông góc với đường baseline).
	Độ tương phản	Thường có độ tương phản cao giữa nét dày và nét mỏng. ?
	Tỷ lệ	**x-height:** Nhìn chung là từ trung bình đến cao so với cap height. **Set width:** Các ký tự thường rộng. **Không gian dương/âm:** Khoảng không gian và phần counter vừa phải với các letterform chắc nịch đem lại vẻ ngoài tổng thể tối hơn.
Đặc điểm khác		• Các ký tự có vẻ ngoài tỉ mỉ và mang tính cơ giới, có thể được tạo dựng từ những phần có thể hoán chuyển nhau.

HỆ CHỮ EGYPTIAN VÀ VÍ DỤ

Năm 1845, Robert Besley thiết kế typeface Clarendon đầu tiên - một typeface Egyptian kiểu bold, rất rõ nét, với các slab serif có phần đỡ và độ tương phản thấp, như minh họa ở Hình 3-16. Vì nhiều font bắt chước theo thiết kế của Besley, nên cái tên Clarendon đôi khi được dùng để mô tả mọi typeface Egyptian có phần đỡ và độ tương phản thấp. Các typeface Egyptian, bao gồm Clarendon, vẫn còn phổ biến cho đến thập niên 1920, sau đó được phục dựng vào thập niên 1950. Một font kỹ thuật số dựa trên chữ Clarendon của Besley, gọi là Clarendon, được trình bày ở đây, cùng với vài kiểu chữ liên quan. Các bản phục dựng kỹ thuật số của những typeface Egyptian khác được minh họa ở các trang tiếp theo.


uousque tandem abutere Catilina, patientia nostra
uamdiu nos etiam furor iste tuus eludet? quem
nem sese effrenata jactabit audacia? nihilne te nc
urnum præsidium palatii, nihilne urbis vigiliæ, nil
mor populi, nihil consensus bonorum omnium, nil
ic munitissimus habendi senatus locus, nihil horu
£1234567890
SALES BY PUBLIC AUCTION.

Hình |3-16|

Mẫu chữ Clarendon ban đầu của Robert Besley.

Clarendon
28 pt

Họ chữ Clarendon là bản phục dựng từ các thiết kế gốc của Robert Besley đến từ Công ty thiết kế chữ Fann Street năm 1845. URW Clarendon T Regular, URW Clarendon T Regular Oblique (thường và xiên), URW Clarendon T Extra Bold, URW Clarendon T Extra Bold Oblique (rất đậm và xiên) và URW Clarendon T Light (mảnh) do Công ty thiết kế chữ URW++ (*www.urwpp.de/english/home.htm*) cung cấp.

URW Clarendon T Regular – 42 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%
&*@'!?:;“”)

URW Clarendon T Regular Oblique – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

URW Clarendon T Extra Bold – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

URW Clarendon T Extra Bold Oblique – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

URW Clarendon T Light – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ EGYPTIAN

American Typewriter 24 pt

Họ chữ ITC American Typewriter được Joel Kaden và Tony Stan thiết kế năm 1974. ITC American Typewriter Light, ITC American Typewriter Medium và ITC American Typewriter Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

ITC American Typewriter Medium – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

ITC American Typewriter Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

PT Courier

28 pt

Họ chữ PT Courier được Tagir Safayev và Alexander Tarbeev thiết kế năm 1990, dựa trên typeface Courier gốc của máy đánh chữ do International Business Machines sản xuất và Howard Kettler thiết kế năm 1956. PT Courier, PT Courier Oblique và PT Courier Bold do Công ty thiết kế chữ ParaType (*www.paratype.com*) cung cấp.

PT Courier – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

PT Courier Oblique – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;"")*

PT Courier Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ EGYPTIAN

Egyptienne F
24 pt

Họ chữ Egyptienne F là thiết kế typeface dùng cho văn bản được Adrian Frutiger tạo ra năm 1956. Egyptienne F 55 Roman, Egyptienne F 56 Italic (nghiêng) và Egyptienne F 65 Bold (đậm) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Egyptienne F 55 Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Egyptienne F 56 Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;“”)*

Egyptienne F 65 Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Memphis
28 pt

Họ chữ Memphis được Emil Rudolf Wolf thiết kế năm 1929. Memphis Medium, Memphis Medium Italic (nghiêng vừa) và Memphis Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Memphis Medium – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Memphis Medium Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Memphis Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ EGYPTIAN

Stymie

32 pt

Họ chữ Stymie là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton, Sol Hess và Gerry Powell tạo ra năm 1931. Stymie Medium, Stymie Medium Italic (nghiêng vừa) và Stymie Bold do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Stymie Medium – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Stymie Medium Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Stymie Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Volta

32 pt

Họ chữ Volta là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Konrad F. Bauer và Walter Baum tạo ra năm 1955. Volta T Medium, Volta T Medium Italic và Volta T Bold do Công ty thiết kế chữ URW++ (*www.urwpp.de/english/home.htm*) cung cấp.

Volta T Medium– 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Volta T Medium Italic – 24 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;"")*

Volta T Bold – 24 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Hệ chữ Sans Serif

Đến nay, toàn bộ các hệ chữ chúng ta bàn tới chỉ là những typeface La Mã hoặc có serif. Tới tận thế kỷ 20, typeface Sans-serif vẫn không mấy phổ biến. Mặc dù có một số typeface Sans-serif được thiết kế vào thế kỷ 19, song hầu hết đều được dùng như chữ Display và bị xem là xấu - hay dị thường (grotesque) - theo tiêu chuẩn kiểu dáng thời đó. Các chữ Sans-serif vốn được thiết kế trước thế kỷ 20, chẳng hạn như Akzidenz-Grotesk, do vậy được đề cập với tên gọi Grotesque sans-serif.

Đầu thế kỷ 20, typeface Sans-serif được nhiều người sử dụng. Các nhà thiết kế thời ấy đang tìm kiếm những typeface thể hiện được trải nghiệm của họ dưới vai trò là hành viên trong xã hội được công nghiệp hóa quá nhanh, đặc biệt hơn bất cứ nền văn minh nhân loại nào trước đó. Quá trình công nghiệp hóa đã thay đổi triệt để thế giới này, chỉ trong một khoảng thời gian ngắn. Công nghệ mới đã thay đổi bản chất của tất cả các ngành công nghiệp, dẫn đến sự biến đổi trên diện rộng từ những ngành kinh tế dựa vào nông nghiệp cho đến các ngành kinh tế dựa vào công nghiệp. Điều này tạo nên sự biến đổi to lớn về sự thịnh vượng và quyền lực, khi nhiều người đổ xô về thành phố, vốn là nơi cung cấp nhiều việc làm tại các nhà máy. Văn hóa loài người lúc đó đang trải qua những nỗi khó nhọc, khổ đau dữ dội ngày một gia tăng, khi người ta phải cố gắng thích nghi với thế giới mới vốn được tự động hóa và có nhịp sống nhanh. Những tiến bộ trong công nghệ vận tải và truyền thông đã khởi sự cho tiến trình toàn cầu hóa; các tiến bộ về công nghệ chiến tranh đã khiến Thế chiến I trở nên tàn khốc hơn bao giờ hết, xét trên cả quy mô lẫn phạm vi so với trước đó.

GHI CHÚ

"Sans" là từ tiếng Pháp, nghĩa là "không có"; do đó, nếu dịch theo nghĩa đen thì "sans-serif" sẽ mang nghĩa là "không có serif", hay "không chốt nét" (thường được sử dụng ở dạng tính từ là "sans-serif").

Những sự kiện phổ biến khắp thế giới thời bấy giờ là các phong trào chính trị Dân chủ (Democratic) và Cộng sản (Communist) vốn khước từ cơ cấu quyền lực truyền thống của hoàng tộc và sự giàu có, thịnh vượng. Các nhà thiết kế mong muốn tạo ra thẩm mỹ khước từ quan niệm giai cấp và thay vào đó là phản ánh những giá trị bình quyền (egalitarian value) mới nổi. Họ tìm kiếm một tiếng nói mới trong typography và nghệ thuật, để có thể phân biệt tác phẩm của mình với tác phẩm của các thế hệ trước.

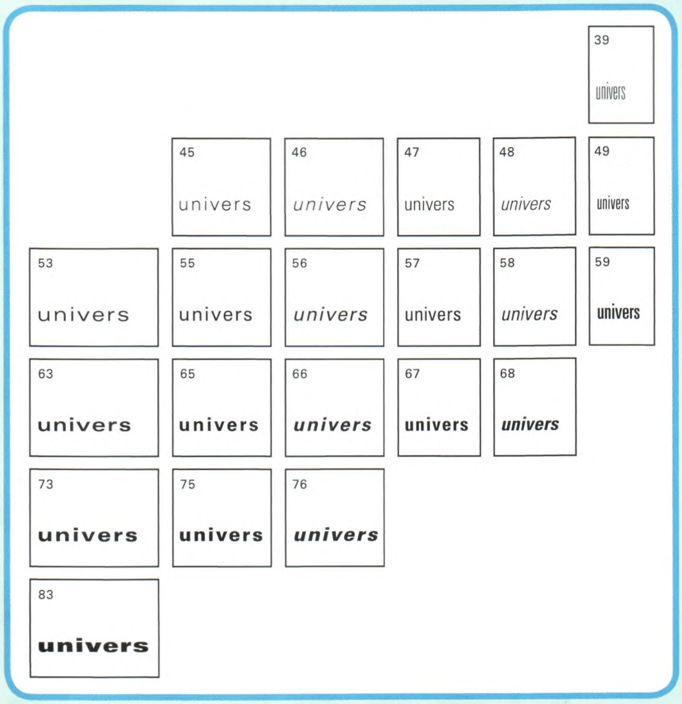
Trào lưu Nghệ thuật Hiện đại trỗi lên khi giới nghệ sỹ và thiết kế bắt đầu tước bỏ những nét trang trí thừa thãi vốn rất phổ biến đối với các tầng lớp giàu có, quyền lực. Giờ đây, ngày càng có thêm nhiều người tiếp cận được các tài liệu sách vở và quảng cáo vốn đang xuất hiện nhiều hơn bao giờ hết; nhưng trớ trêu là người ta lại có ít thời gian để đọc sách hơn trước. Những typeface Sans-serif vốn được thiết kế cùng lúc với trào lưu Nghệ thuật Hiện đại đã biểu trưng cho tiếng nói của một thế hệ mới đang sống trong một thế giới công nghiệp hóa.

Một số font Sans-serif vốn được thiết kế vào thế kỷ 20, chẳng hạn như Gill Sans, dựa trên tỷ lệ của những font Humanist kiểu La Mã đầu tiên, cho nên được nói đến như các chữ Sans-serif thuộc hệ Humanist. Những font Sans-serif khác của thế kỷ 20 được dựa trên các tỷ lệ hình học (geometric porportion), để bày tỏ hàm ơn đối với sự cơ giới hóa của cuộc sống hiện đại đã xuất hiện trước đó cùng với cuộc Cách mạng Công nghiệp và "thời đại máy móc" ("machine age"). Các font này, chẳng hạn như Futura, được đề cập với tên gọi là Geometric sans serif.

Do đó, typeface Sans-serif được chia thành ba loại: Grotesque, Geometric và Humanist. Để phân biệt giữa ba loại font Sans-serif này, một mẹo nhanh là xem xét chữ **A** và **G** hoa cũng như chữ **a** và **g** thường ở mỗi typeface. Hình thức của các chữ cái này có thể cung cấp cho bạn thông tin về cách phân loại typeface Sans-serif.

HỆ CHỮ GROTESQUE SANS SERIF VÀ VÍ DỤ

Chữ Grotesque bao gồm tất cả các typeface Sans-serif được thiết kế trước thế kỷ 20 và toàn bộ những bản phục dựng dựa theo chúng. Các typeface này thường có đặc điểm như: x-height lớn, set width từ hẹp đến vừa phải và vẻ ngoài hơi vuông. Chữ G hoa của Grotesque thường có một nét spur (cựa), như minh họa ở Hình 3-20 và chữ g thường hay có nét tail (đuôi) mở ra. Chữ A hoa thường có dạng vuông bè ra ở apex (đỉnh trên), trong khi chữ a thường hay có dạng hai tầng (double storey). Helvetica, Akzidenz-Grotesk và Univers là những typeface Grotesque sans serif nguyên mẫu, sẽ được trình bày ở bên dưới. Bạn có thể đối chiếu phiên bản định dạng kỹ thuật số của Univers với biểu đồ họ chữ gốc (original type family chart) được Adrian Frutiger phát triển năm 1957, như minh họa ở Hình 3-17.



Hình |3-17|

Biểu đồ của họ chữ Univers do Adrian Frutiger phát triển năm 1957. Univers™ là một thương hiệu của Heidelberger Druckmaschinen AG, có thể được đăng ký theo quyền tài phán nhất định, được cấp phép độc quyền thông qua Linotype Library GmbH, một chi nhánh hoàn toàn thuộc quyền sở hữu của Heidelberger Druckmaschinen AG.

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ GROTESQUE SANS SERIF

Univers

32 pt

Họ chữ Univers được Adrian Frutiger thiết kế năm 1957. Một phiên bản được phục dựng với 63 mức độ weight khác nhau và các letterform được cải tiến cũng có sẵn với tên gọi Linotype Univers. Univers 55 Roman (thẳng), Univers 55 Oblique (xiên), Univers 65 Bold, Univers 65 Bold Oblique (đậm và xiên) và Univers 45 Light do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Univers 55 Roman – 44 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%
&*@'!?:;“”)

Univers 55 Oblique– 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;“”)*

Univers 65 Bold– 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Univers 65 Bold Oblique– 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Univers 45 Light – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ GROTESQUE SANS SERIF

Akzidenz-Grotesk

24 pt

Họ chữ Akzidenz-Grotesk được Công ty thiết kế chữ Berthold tạo ra năm 1896. Akzidenz-Grotesk Regular, Akzidenz-Grotesk Italic và Akzidenz-Grotesk Bold do Công ty TNHH thiết kế chữ Berthold (*www.bertholdtypes.com*) cung cấp.

Akzidenz-Grotesk Regular – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Akzidenz-Grotesk Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;“”)*

Akzidenz-Grotesk Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Helvetica

32 pt

Họ chữ Helvetica được Max Miedinger tạo ra năm 1957. Năm 1983, Helvetica được Linotype phục dựng và mở rộng với tên gọi Neue Helvetica. Helvetica, Helvetica Oblique và Helvetica Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Helvetica – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Helvetica Oblique – 28 pt

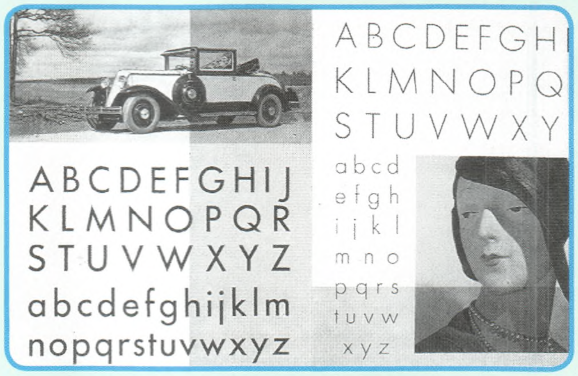
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Helvetica Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

HỆ CHỮ GEOMETRIC SANS SERIF VÀ VÍ DỤ

Chữ Geometric bao gồm các typeface Sans-serif với những letterform dựa trên các dạng hình học như hình tròn, chữ nhật, tam giác, và tất cả các bản phục dựng đều được dựa theo chúng. Chữ Geometric sans-serif có set width khá rộng, vì thường hay dùng đến các dạng hình học như hình tròn và hình vuông. Do những typeface này được thiết kế nhằm phản ánh quá trình cơ giới hóa ngày càng tăng của xã hội, nên các letterform của chúng trông rất tỉ mỉ và có tính cơ giới hóa cao. Mặc dù cách nhận diện chữ Geometric sans-serif dễ nhất là căn cứ vào diện mạo hình học rõ ràng của chúng, song cũng có những đầu mối khác để bạn tìm kiếm. Chữ A hoa thuộc hệ Geometric thường có apex nhọn, chữ a thường chỉ có một tầng (single storey), còn chữ g thường hay có nét tail mở ra, như minh họa ở Hình 3-20. Futura, Kabel và Eurostile đều là những typeface Geometric sans-serif nguyên mẫu, được trình bày ở bên dưới. Bạn có thể đối chiếu phiên bản định dạng kỹ thuật số của Futura với mẫu chữ ban đầu do Paul Renner thiết kế vào năm 1930, như minh họa ở Hình 3-18.



Hình |3-18|

Phiên bản ban đầu của Futura do Paul Renner thiết kế năm 1930, mẫu chữ có tên gọi là Europe, từ Công ty thiết kế chữ Deberny & Peignot. *Ảnh do V&A Images/Bảo tàng Victoria & Albert cung cấp.*

Futura

32 pt

Họ chữ Futura được Paul Renner thiết kế năm 1928. Futura Light, Futura Light Oblique, Futura Book, Futura Book Oblique và Futura Extra Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Futura Light – 36 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Futura Light Oblique – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Futura Book – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Futura Book Oblique – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Futura Extra Bold – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ GEOMETRIC SANS SERIF

Kabel

32 pt

Họ chữ Kabel được Rudolf Koch thiết kế năm 1928. Kabel Light, Kabel Book và Kabel Heavy (chắc, đậm) do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Kabel Light – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Kabel Book – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU-
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Kabel Heavy – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Eurostile

32 pt

Họ chữ Eurostile được Aldo Novarese thiết kế năm 1962. Eurostile, Eurostile Oblique và Eurostile Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Eurostile – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Eurostile Oblique – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;"")*

Eurostile Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

HỆ CHỮ HUMANIST SANS SERIF VÀ VÍ DỤ

Typeface Humanist Sans-serif được thiết kế dựa trên các tỷ lệ của typeface Humanist Sans-serif gốc do Jenson và các nhà thiết kế đương thời tạo ra. Typeface Humanist Sans-serif mang lại cảm giác hữu cơ hơn so với Grotesque và Geometric. Trong typeface Humanist Sans-serif, chữ a thường và g thường hay có hai tầng, như minh họa ở Hình 3-20 (giống chữ a và g hai tầng của bất cứ chữ Humanist kiểu La Mã nào). Nhìn chung, chữ A hoa có phần apex vuông và chữ G hoa không có nét spur. Gill Sans, Frutiger và Optima đều là những typeface Humanist Sans-serif nguyên mẫu. Bạn có thể đối chiếu phiên bản định dạng kỹ thuật số của Gill Sans với các nét vẽ gốc của Eric Gill năm 1929, như minh họa ở Hình 3-19.



Hình |3-19|

Các nét vẽ gốc của chữ Gill Sans, được Eric Gill thiết kế cho Công ty Monotype vào năm 1929. *Ảnh do Công ty TNHH Monotype Imaging (Vương quốc Anh) cung cấp.*

Gill Sans

32 pt

Họ chữ Gill Sans được Eric Gill thiết kế năm 1927. Gill Sans, Gill Sans Italic, Gill Sans Bold, Gill Sans Bold Italic và Gill Sans Ultra-Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Gill Sans – 38 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%
&*@'!?:;"")

Gill Sans Italic – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

Gill Sans Bold – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Gill Sans Bold Italic – 26 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Gill Sans Ultra-Bold – 24 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ HUMANIST SANS SERIF

Frutiger
32 pt

Họ chữ Frutiger được Adrian Frutiger tạo ra năm 1976. Năm 1999, Adrian Frutiger đã phục dựng lại họ chữ này và đặt tên là Frutiger Next. Frutiger 55 Roman, Frutiger 56 Italic và Frutiger 65 Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Frutiger 55 Roman – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Frutiger 56 Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;"")*

Frutiger 65 Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Optima
32 pt

Chữ Optima được Hermann Zapf thiết kế năm 1958. Ngày nay, một phiên bản phục dựng với tên gọi Optima Nova đã xuất hiện. Optima, Optima Italic và Optima Bold do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Optima – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Optima Italic – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&@'!?:;"")*

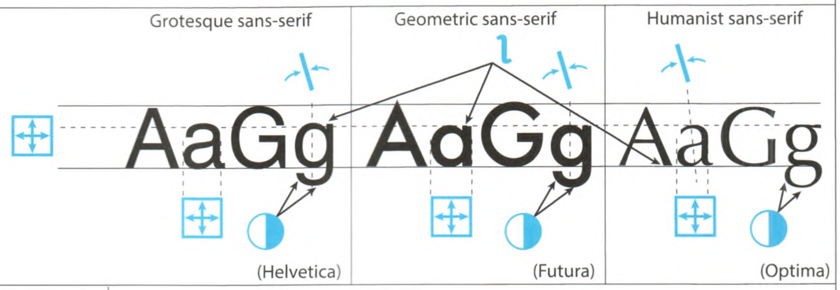
Optima Bold – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Hình |3-20|

Các xu hướng của typeface Sans-serif.

Sans-serif Typeface Tendencies



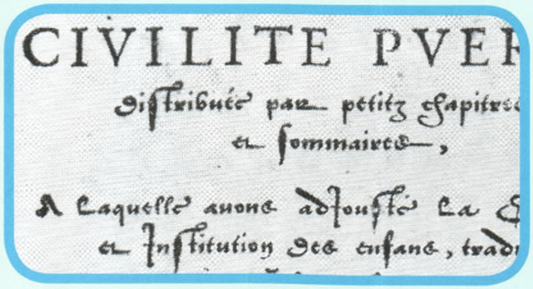
	Grotesque sans-serif	Geometric sans-serif	Humanist sans-serif
Nét cuối	**Nét cuối:** Phần kết thúc của các nét chữ có thể có được bo tròn, vuông, hoặc có góc cạnh. **Serif:** Không có phần serif.		
Hướng chữ	Nếu có một hướng chữ nào, thì đó thường là hướng chữ theo phương dọc (vuông góc với đường baseline).		Nếu có một hướng chữ nào, thì đó thường là hướng chếch hoặc vuông góc với đường baseline.
Độ tương phản	Thường có độ tương phản thấp, hoặc không có độ tương phản giữa nét dày và nét mỏng.		Có thể có độ tương phản từ thấp đến trung bình giữa nét dày và nét mỏng, mặc dù thường không có độ tương phản.
Tỷ lệ	**x-height:** Nhìn chung là cao so với cap height. **Set width:** Các ký tự thường từ hẹp cho đến vừa phải.	**x-height:** Nhìn chung là trung bình so với cap height. **Set width:** Các ký tự thường rộng. Tỷ lệ của ký tự dựa trên các dạng hình học.	**x-height:** Nhìn chung là cao so với cap height. **Set width:** Các ký tự thường từ vừa phải cho đến rộng. Các tỷ lệ dựa trên tỷ lệ của typeface Humanist kiểu La Mã.
Đặc điểm khác	• Phần apex của chữ *A* hoa thường vuông. • Chữ *a* in thường hay có hai tầng. • Chữ *G* hoa thường có một nét spur. • Chữ *g* thường hay có nét tail mở ra. • Thường có vẻ ngoài hơi vuông.	• Phần apex của chữ *A* hoa thường nhọn. • Chữ *a* thường hay có một tầng (single story). • Chữ *G* hoa thường không có nét spur. • Chữ *g* thường hay có nét tail mở ra. • Rất tỉ mỉ và mang tính cơ giới. • Có thể được tạo dựng từ những phần có thể hoán chuyển cho nhau.	• Phần apex của chữ *A* hoa thường vuông. • Chữ *a* thường hay có hai tầng. • Chữ *G* hoa thường không có nét spur. • Chữ *g* thường hay có nét tail mở ra. • Đôi khi trông sinh động hơn hoặc có kiểu giống chữ calligraphy hơn Grotesque và Geometric.

Hệ chữ Script

Typeface Script là những typeface được thiết kế để trông giống như được render theo lối thủ công, mặc dù không phải vậy. Chữ Script có thể trông giống chữ in hoặc chữ thảo; loại chữ này cũng có thể mang vẻ ngoài như được bàn tay viết ra, vẽ ra hoặc có nét viết theo nghệ thuật calligraphy. Chữ Script bao gồm những typeface với các chữ cái nối kết lẫn nhau và một số thì không nối kết. Do font blackletter dựa trên chữ Script của những người làm nghề tốc ký, nên một số người xem chúng là thành viên của hệ chữ này. Tuy nhiên, nhiều người đồng ý rằng typeface Script thực sự và đầu tiên được Robert Granjon đúc khuôn năm 1557 tại Pháp. Granjon gọi typeface Script của mình là *lettre françoise d'art de main (nghệ thuật viết chữ bằng tay của Pháp)*, nhưng nó bắt đầu nổi tiếng với cái tên Civilité (Lễ nghi), do loại chữ này được dùng để in một cuốn sách nổi tiếng về nghi thức xã giao dành cho trẻ em có nhan đề *La Civilité puérile* (tạm dịch: *Dạy trẻ học lễ nghi*).

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ SCRIPT

Năm 1928, Hermann Zapf phục dựng chữ Civilité của Robert Granjon khi ông thiết kế một typeface cũng có tên gọi là Civilité. Đến nay, loại chữ này đã được phục dựng dưới định dạng kỹ thuật số với tên gọi St. Augustin Civilité, được trình bày bên dưới. Bạn có thể đối chiếu phiên bản kỹ thuật số của Civilité với cận cảnh trang tiêu đề cuốn sách *La Civilité puérile* của Granjon, như minh họa ở Hình 3-21. Các font và bản phục dựng kỹ thuật số của những typeface Script phổ biến khác được minh họa ở các trang tiếp theo.



Hình |3-21|

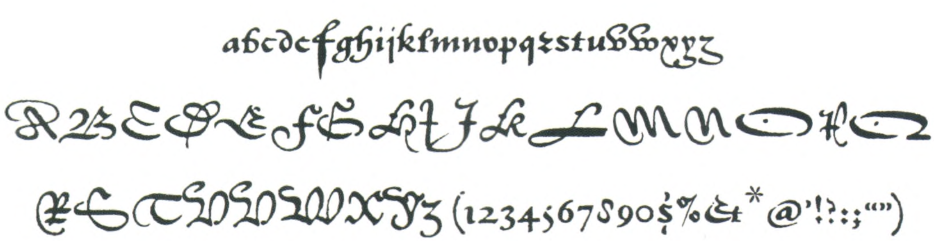
Typeface Civilité trong cuốn *La Civilité puérile* của Granjon năm 1558. *Ảnh do Thư viện Trung tâm Zürich (Zentralbibliothek Zürich) cung cấp.*



24 pt

Typeface St. Augustine Civilité lịch sử được Jonathan Hoefler thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Robert Granjon tạo ra năm 1557. @ Bản quyền năm 1994 thuộc về Công ty thiết kế chữ Hoefler (*www.typography.com*).

St. Augustin Civilité – 24 pt



CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ SCRIPT

Tekton

36 pt

Tekton được David Siegel và Jim Wasco thiết kế năm 1989. Tekton do Tập đoàn Adobe (*www.adobe.com/type*) và Tập đoàn Microsoft (*www.microsoft.com*) cung cấp.

Tekton – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Brush Script

32 pt

Brush Script là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Robert E. Smith tạo ra năm 1942. Brush Script do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Brush Script – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&@'!?:;“”)*

Dom Casual
32 pt

Dom Casual là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Peter Dombrezian tạo ra năm 1952. Dom Casual do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Dom Casual – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Shelley Script
32 pt

Shelley Script được Matthew Carter thiết kế năm 1972, dựa trên chữ viết tay của George Shelley, bậc thầy viết chữ nước Anh đầu thế kỷ 18. Shelley Allegro Script do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Shelley Script – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ SCRIPT

Streamline
24 pt

Streamline được Leslie Cabarga thiết kế năm 1995, dựa trên các chữ Script dạng typography của thập niên 1940. Streamline Light do Công ty thiết kế chữ Font Bureau (*www.fontbureau.com*) cung cấp.

Streamline – 26 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTVWX
YZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Typo Upright
32 pt

Typo Upright là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1915. Typo Upright do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Typo Upright – 36 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Zapfino

32 pt

Họ chữ Zapfino được Hermann Zapf thiết kế năm 1998. Một phiên bản cải tiến tên là Zapfino Extra cho phép sử dụng những đặc điểm có trong định dạng OpenType. Zapfino One do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Zapfino – 30 pt

abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz
ABCDEFGHIJ
KLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%& *
@'!?:;“”)

Phiêu lưu TRONG THẾ GIỚI THIẾT KẾ

FONT PIXEL

Font pixel (pixel font) là một hệ chữ mới phát triển, nhằm đáp ứng nhu cầu của các công nghệ mới. Font pixel là những font được thiết kế riêng biệt để tối ưu hóa tính rõ ràng (legibility) trên màn hình máy tính độ phân giải thấp (low-resolution computer screen). Nhiều font pixel được thiết kế đặc biệt để có thể xem ở kích cỡ nhỏ, do việc đọc chữ nhỏ trên màn hình máy tính thực sự là một thách thức đối với đa số người đọc. Về mặt phong cách, loại chữ này có thể thuộc nhiều hệ chữ khác nhau.

Các tỷ lệ của font pixel dựa trên ô lưới (grid) gồm nhiều ô vuông li ti, hay còn gọi là pixel, vốn tạo nên màn hình. Vì pixel có dạng hình vuông, nên các khối hợp nhất dùng để tạo ra các font pixel cũng ở dạng vuông và thường đem đến cho những typeface này diện mạo dạng khối, có răng cưa. Tuy nhiên, đó là nơi kết thúc của những điểm tương đồng. Font pixel có thể có serif hoặc không có serif và bao gồm những typeface có thể tham chiếu chéo ở tất cả các phân loại họ chữ khác. Trong số những font pixel đầu tiên, có thể kể đến Chicago, New York, Geneva, Lucida, Monaco và Charcoal.

Chicago
32 pt

Chicago được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap (phông chữ chấm vuông), sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể co giãn được vào năm 1990. Chicago do Công ty thiết kế chữ Apple (*http://fonts.apple.com*) và Tập đoàn Microsoft (*www.microsoft.com*) cung cấp.

Chicago – 28 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%
&*@'!?:;“”)

Geneva

32 pt

Geneva được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap, sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể co giãn được vào năm 1990. Geneva do Công ty thiết kế chữ Apple (*http://fonts.apple.com*) và Tập đoàn Microsoft (*www.microsoft.com*) cung cấp.

Geneva – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890$%&*@'!?:;"")

Lucida Sans

32 pt

Họ chữ Lucida Sans được Charles Bigelow và Kris Holmes thiết kế năm 1985. Lucida Sans EF Roman do Công ty thiết kế chữ Elsner + Flake (*www.elsner-flake.com*) cung cấp.

Lucida Sans – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ PIXEL

Monaco
32 pt

Monaco được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap, sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể co giãn được vào năm 1990. Monaco do Công ty thiết kế chữ Apple (*http://fonts.apple.com*) và Tập đoàn Microsoft (*www.microsoft.com*) cung cấp.

Monaco – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

New York
32 pt

New York được Susan Kare thiết kế năm 1983 như một font bitmap, sau đó được Charles Bigelow và Kris Holmes chuyển đổi thành font TrueType có thể co giãn được vào năm 1990. New York do Công ty thiết kế chữ Apple (*http://fonts.apple.com*) và Tập đoàn Microsoft (*www.microsoft.com*) cung cấp.

New York – 28 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Charcoal

30 pt

Charcoal được David Berlow thiết kế năm 1995. Charcoal do Công ty thiết kế chữ Apple (*http://fonts.apple.com*) và Tập đoàn Microsoft (*www.microsoft.com*) cung cấp.

Charcoal – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

FixSys

36 pt

FixSys được Alexander Tarbeev thiết kế năm 1995. FixSys do Công ty thiết kế chữ Paratype (*www.paratype.com*) cung cấp.

FixSys – 36 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ PIXEL

Lo Res

32 pt

Họ chữ Lo Res được Zuzana Licko thiết kế năm 2001. Lo Res 12 Regular do Công ty thiết kế chữ Emigre (*www.emigre.com*) cung cấp.

Lo Res – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Hệ chữ Display

Typeface Display đầu tiên được thiết kế vào đầu thế kỷ 19, dùng trong các poster quảng cáo. Những biến đổi xã hội, tiến bộ công nghệ và quy trình sản xuất hàng loạt của cuộc Cách mạng Công nghiệp trước đó đã dẫn tới kết quả có rất nhiều sản phẩm cạnh tranh được mua bán, đồng thời xuất hiện một tầng lớp lao động lớn hơn phải chi tiêu nhiều hơn. Việc phát minh ra kỹ thuật làm giấy (papermaking) tự động đã giúp cho việc quảng cáo sản phẩm mới đến người tiêu dùng mới có chi phí vừa phải. Việc phát minh ra chữ gỗ (wooden type) thậm chí còn khiến các typeface mới lạ có chi phí sản xuất rẻ hơn - và ở những kích cỡ lớn hơn cũng vậy. Những typeface mập, đậm, nổi khối (three-dimensional), không serif và mang tính trang trí nhanh chóng được sản xuất với tốc độ nhanh chưa từng có, nhằm đáp ứng nhu cầu của các nhà quảng cáo.

Lịch sử tự lặp lại chính nó khi “cuộc cách mạng số” (“digital revolution”) của thập niên 1990 đã tạo ra một loạt typeface mới và lạ giống như vậy. Để phân loại, cả typeface cũ và mới không phù hợp với mọi hệ chữ khác sẽ được nhóm vào hệ chữ Display. Thường thì những typeface trong hệ chữ này có thể được phân loại chéo vào bất cứ hệ chữ nào khác, do các thành viên của họ chữ này không nhất thiết phải có chung một giá trị thẩm mỹ.

Tuy nhiên, điểm chung của các typeface này là có tính rõ ràng thấp khi đặt trong văn bản nội dung (body text). Thi thoảng, chúng có những nét uốn lượn hoa mỹ và hình dạng khác thường gây khó đọc; đôi khi, tỷ lệ của các typeface này vượt quá hạn mức bình thường, gây khó cho việc đọc. Thường thì một font được xếp vào hệ chữ Display bởi vẻ ngoài tách biệt khá xa với những gì người đọc đã quen thuộc, tính rõ ràng bị suy giảm và khiến font này chỉ phù hợp với mục đích trình bày chữ tiêu đề/đầu đề khổ lớn.

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

Các typeface được đưa ra bên dưới bao gồm những thiết kế và bản phục dựng định dạng kỹ thuật số dựa trên rất nhiều typeface có ý nghĩa lịch sử quan trọng.

Vineta

24 pt

Vineta được Ernst Volker thiết kế năm 1973, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19. Vineta do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Vineta – 36 pt

abcde
fghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDE
FGHIJKLMN
OPQRSTU
VWXYZ
(1234567890
$%&*@'!?:;“”)

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

Victorian LT
32 pt

Victorian LT được Freda Sack thiết kế năm 1980, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19. Victorian LT do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Victorian LT – 32 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

BEARDED LADY BB
32 pt

Bearded Lady BB được Nate Piekos thiết kế năm 2004, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19. Bearded Lady BB do Công ty thiết kế chữ Blambot (*www.blambot.com*) cung cấp.

Bearded Lady BB – 36 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Kismet

32 pt

Kismet là bản phục dựng của các thiết kế gốc do John F. Cumming tạo ra năm 1879. Kismet do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Kismet – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*'!?:;"")

Playbill

32 pt

Playbill được Robert Harling thiết kế năm 1938, dựa trên các letterform Display cuối thế kỷ 19 của miền Tây nước Mỹ. Playbill do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Playbill – 36 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

Arnold Boecklin
28 pt

Arnold Boecklin là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Otto Weisert thiết kế năm 1904. Arnold Boecklin do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Arnold Boecklin – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Eckmann
32 pt

Eckmann được Otto Eckmann thiết kế năm 1900. Eckmann do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Eckmann – 30 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*'!?:;"")

P22 Mucha
28 pt

P22 Mucha được Christina Torre thiết kế năm 2001, dựa trên các thiết kế gốc do Alphonse Mucha tạo ra năm 1900. P22 Mucha do Công ty thiết kế chữ P22 (*www.p22.com*) cung cấp.

Arts and Craft GS – 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

ARTS AND CRAFTS GS
24 pt

Arts and Crafts GS được Todd Hallock thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Charles Rennie Mackintosh và những thành viên khác của trường Nghệ thuật Glassgow tạo ra vào khoảng năm 1900. Arts and Crafts GS do Công ty thiết kế chữ Bannigan Artworks (*www.celticartworks.com*) cung cấp.

Arts and Craft GS – 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

MOJO
46 pt

Mojo được Jim Parkinson thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Alfred Roller tạo ra năm 1902. Mojo do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*www.linotype.com*) cung cấp.

Mojo – 60 pt

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

Parisian
40 pt

Parisian là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1928. Parisian do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Parisian – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Broadway
24 pt

Broadway là bản phục dựng của các thiết kế gốc do Morris Fuller Benton tạo ra năm 1929. Broadway do Công ty thiết kế chữ Bitstream (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Broadway– 28 pt

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

Day Tripper NF
26 pt

Day Tripper NF được Nick Curtis thiết kế, dựa trên các thiết kế gốc do Alphonso E. Tripp tạo ra vào thập niên 1930. Day Tripper NF do Công ty thiết kế chữ Nick's Fonts (*www.nicksfonts.com*) cung cấp.

Day Tripper NF – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

RED STAR LINE NF
20 pt

Red Star Line NF được Nick Curtis thiết kế năm 2003, dựa trên kiểu chữ từ một cuốn brochure lữ hành năm 1926 quảng cáo cho tuyến tàu chạy bằng hơi nước. Red Star Line NF do Công ty thiết kế chữ Nick's Fonts (*www.nicksfonts.com*) cung cấp.

Red Star Line NF – 24 pt

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

AMBIENT
32 pt

Ambient được Gabór Kóthay thiết kế năm 2002. Ambient do Công ty thiết kế chữ P22 (*www.p22.com*) cung cấp.

Ambient – 30 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

NEULAND
26 pt

Neuland được Rudolf Koch thiết kế năm 1923 cho Công ty thiết kế chữ Klingspor. Neuland do Công ty thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (*ww.linotype.com*) cung cấp.

Neuland – 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

P22 DESTIJL
24 pt

Họ chữ P22 DeStijl được Richard Kegler và Michael Want thiết kế năm 1995, dựa trên các thiết kế gốc do Theo van Doesburg tạo ra năm 1919. P22 DeStijl Regular do Công ty thiết kế chữ P22 (*www.p22.com*) cung cấp.

P22 DeStijl – 40 pt

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

HENDRIX
32 pt

Hendrix được David Nalle thiết kế năm 1993, dựa theo kiểu chế tác chữ từ các poster quảng cáo nhạc rock của thập niên 1960. Hendrix do Công ty thiết kế chữ Scriptorium (*www.fontcraft.com*) cung cấp.

Hendrix – 28 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$&*!?:;)

macrame super triline
24 pt

Macrame Super Triline được Jess Latham tạo ra năm 2002, dựa trên các thiết kế từ thập niên 1960 tới 1970. Macrame Super Triline do Công ty thiết kế chữ Blue Vinyl Fonts (*www.bvfonts.com*) cung cấp.

Macrame Super Triline – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz (1234567890$%&*(@'!?:;“”)

Elephant Bells Heavy
21 pt

Elephant Bells Heavy là thiết kế của Bob Alonso. Elephant Bells Heavy do Công ty thiết kế chữ BA Graphics (*www.myfonts.com*) cung cấp.

Elephant Bells Heavy – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890$%&*@'!?:;“”)

New Nerd Shadowed

22 pt

Họ chữ New Nerdish được Robert Schenk thiết kế năm 1994. New Nerd Shadowed (đổ bóng) do Công ty thiết kế chữ Ingrimayne (*http://ingrimayne.saintjoe.edu/fonts/*) cung cấp.

New Nerd Shadowed – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

Automatic AOE

28 pt

Automatic AOE được Brian J. Bonislawsky thiết kế năm 2000. Automatic AOE do Học viện Typography Astigmatic One Eye (*www.astigmatic.com*) cung cấp.

Automatic AOE – 36 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;"")

CÁC VÍ DỤ VỀ HỆ CHỮ DISPLAY

Viscosity
32 pt

Viscosity được Bob Aufuldish và Kathy Warinner thiết kế năm 1996. Viscosity do Công ty thiết kế chữ FontBoy (*www.fontboy.com*) cung cấp.

Viscosity – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Bokonon
32 pt

Bokonon được Todd Dever thiết kế năm 1997. Bokonon do Công ty thiết kế chữ Cool Fonts (*www.cool-fonts.com*) cung cấp.

Bokonon – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@'!?:;“”)

Zapped

40 pt

Zapped là thiết kế của Todd Dever. Zapped do Công ty thiết kế chữ Cool Fonts (*www.cool-fonts.com*) cung cấp.

Zapped – 28 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU

VWXYZ (1234567890$%&*@!?:;"")

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Qua thời gian, các letterform được in ấn đã trải qua những thay đổi về mặt tạo hình, phản ánh các cải tiến về khả năng công nghệ, những biến chuyển chính trị-xã hội và sự thay đổi sở thích của công chúng. Chúng tôi phân loại các typeface vào họ chữ thích hợp, căn cứ theo đặc tính tạo hình và ý nghĩa lịch sử của chúng, nhằm giúp bạn nhận diện và sử dụng những typeface này thật xác đáng. Chín hệ chữ mà các font thường được phân loại nhiều nhất là Blackletter, Humanist, Old Style, Transitional, Modern, Egyptian, Sans-serif, Script và Display. Những biến đổi cấu trúc của các thành phần - bao gồm nét cuối, hướng nhấn nét, stroke weight, set width và x-height - đã giúp phân biệt từng hệ chữ với nhau.

Nhà thiết kế cần đưa ra quyết định am tường khi lựa chọn typeface cho thiết kế của mình, bởi hình thức của một typeface có thể góp phần diễn tả một tâm trạng, khơi gợi một ký ức, hoặc nhắc người xem hồi nhớ lại một thời kỳ lịch sử nào đó. Khi đã nắm rõ cách phân loại chữ, nhà thiết kế có thể sáng tạo nên những thiết kế hiệu quả hơn. Hiểu rõ các thuật ngữ chuyên môn được dùng để mô tả chữ cũng là yếu tố quan trọng giúp nhà thiết kế truyền thông hiệu quả về thiết kế của mình, bất kể khi họ truyền thông sản phẩm của mình với các nhà thiết kế khác hay với đối tượng khách hàng mục tiêu.

Ôn tập

1. Typeface là gì? Font là gì? Kiểu chữ là gì?
2. Họ chữ có thể hàm chứa hai ý nghĩa nào?
3. Kể tên 9 hệ chữ.
4. Mô tả hình thức của nét cuối, hướng nhấn nét, độ tương phản, stroke weight, set width và x-height của từng hệ chữ.
5. Tại sao Gutenberg dùng typeface Blackletter để in cuốn Kinh Thánh 42 dòng của mình?
6. Các typeface Humanist có nguồn gốc từ đâu và tại sao các nhà in lại bắt đầu sử dụng chúng?
7. Khác biệt giữa typeface Humanist và Old Style là gì?
8. Những thành phần nào đã bị thay đổi từ typeface Old Style sang Transitional? Từ Transitional sang Modern?
9. Tại sao typeface Display trở nên phổ biến vào thế kỷ 19?
10. Tại sao typeface Sans Serif trở nên phổ biến vào thế kỷ 20?

Bài tập

1. Xem kỹ một số tạp chí để tìm ba ví dụ về typeface thuộc mỗi hệ chữ. Hãy suy ngẫm về lý do tại sao bạn phân loại từng typeface vào hệ chữ mình chọn.
2. Tìm một trang Web cho phép tải font miễn phí. Xem xét kỹ các lựa chọn font miễn phí, đồng thời xác định ba font khó phân loại do có những đặc điểm của nhiều hơn một hệ chữ. Lập danh sách các thành phần cấu trúc dẫn tới thực tế bạn phải phân loại chúng theo những cách khác nhau.
3. Chọn một typeface từ mỗi hệ chữ. Sử dụng máy photocopy, phóng lớn một letterform duy nhất của từng typeface lên đến kích thước bằng một trang giấy. Hãy đối chiếu các thành phần cấu trúc của mỗi loại, bao gồm các nét cuối và phần serif, hướng nhấn nét, độ tương phản, stroke weight, set width và x-height. Gán nhãn ghi chú cho những quan sát của bạn. Đồng thời, hãy xem xét các thành phần cấu trúc đó khác nhau như thế nào ở typeface này so với typeface kia.
4. Sử dụng các chữ cái trong từ chỉ tên gọi của bạn để thiết kế một typeface mới sẽ được phân vào hệ chữ Modern.
5. Sử dụng các chữ cái trong từ chỉ họ của bạn để thiết kế một typeface mới sẽ được phân vào hệ chữ Sans-serif. Hãy quyết định đâu là lý do khiến typeface của bạn sẽ được mô tả tốt nhất cho typeface Grotesque, Geometric hoặc Humanist Sans-serif.
6. Ban nhạc mà bạn yêu mến thuê bạn thiết kế ảnh bìa để tái phát hành đĩa CD ưa thích. Chỉ sử dụng các typeface được đưa ra làm mẫu ở chương này, hãy thiết kế mặt trước, mặt sau của bìa đĩa và một sticker (nhãn dán) cho đĩa CD. Thiết kế của bạn có thể gồm nhiều letterform tùy ý. Bạn có thể tạo ra những letterform ở kích cỡ lớn hoặc nhỏ, với bất cứ màu gì và có thể xếp chồng chúng lên nhau,...



Ảnh do Jeff Louviere của Công ty Louviere + Vanessa cung cấp.

CHƯƠNG 4

Mục tiêu bài học

- Hiểu được sự khác nhau giữa tính rõ ràng (legibility) và tính dễ đọc (readability).
- Đánh giá được tầm quan trọng của tính rõ ràng và tính dễ đọc đối với truyền thông thị giác (visual communication).
- Đánh giá được sự ảnh hưởng của nhiều yếu tố - từ kiểu chữ (style), màu sắc (color), kích thước (size), hình dạng (shape) và nền (background) - đến tính dễ đọc của thiết kế.
- Nắm rõ ảnh hưởng của cách thức sắp xếp các letterform (mặt chữ) và không gian âm (negative space) lên tính dễ đọc của thiết kế.
- Suy ngẫm về cách nhà thiết kế có thể cải thiện tính dễ đọc nhờ chú trọng tới đặc tính sinh lý học và trải nghiệm của người xem.

Giới thiệu

Tạo nên một thiết kế dễ đọc là yếu tố then chốt thu hút độc giả; tạo ra từ ngữ rõ ràng cho bản thiết kế là điều thiết yếu để truyền tải hiệu quả thông điệp mà nhà thiết kế muốn gửi gắm. **Tính rõ ràng (legibility)** đề cập đến mức độ dễ dàng mà nhờ đó, độc giả có thể nhận biết và phân biệt được các letterform với nhau. Ví dụ, nếu gặp khó khăn khi đọc bản ghi chú viết tay của người bạn nào đó, bạn có thể nói rằng đó là bản viết tay không rõ ràng. Khi hình dạng của các ký tự in thay đổi quá nhiều so với dạng đơn giản nhất của chúng, người đọc có thể rơi vào trạng thái nhầm lẫn, bực tức và khó hiểu.

Tính dễ đọc (readability) đề cập đến mức độ dễ dàng của việc đọc và điều hướng một trang văn bản. Điều hiển nhiên là tính rõ ràng của văn bản trên trang gây ảnh hưởng đến tính dễ đọc, nhưng nhiều yếu tố khác cũng vậy. Dù văn bản rõ ràng đến mấy, độc giả vẫn có thể không đọc ra được một layout (bố cục dàn trang) nếu layout này quá rối mắt, chật chội hay khó định hướng. Mặt khác, nếu layout trông lôi cuốn về mặt thị giác, các thành phần được bố trí thích hợp, độc giả sẽ thấy layout dễ đọc, nên nhiều khả năng là họ sẽ đọc và nắm bắt được toàn bộ thông điệp.

Trong thời đại hiện nay, ngày càng có nhiều thông điệp truyền thông cạnh tranh nhau tiếp cận chúng ta tới tấp và tranh giành sự chú ý của chúng ta. Do vậy, tạo ra một thiết kế vừa rõ ràng vừa dễ đọc có thể làm nên sự khác biệt lớn về khả năng tiếp cận khán giả mục tiêu của thông điệp!

> **Thuật ngữ**
>
> **tính dễ đọc (readibility):** mức độ dễ dàng của việc đọc và điều hướng một trang văn bản.
>
> **tính rõ ràng (legibility):** mức độ dễ dàng mà nhờ đó, độc giả có thể nhận biết và phân biệt được các letterform với nhau.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI TÍNH RÕ RÀNG

Bạn muốn văn bản của mình rõ ràng, vậy đâu là lựa chọn có thể giúp bạn cải thiện tính rõ ràng cho thiết kế đó? Có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng tới tính rõ ràng của tác phẩm trên giấy in hay trên màn hình vi tính; hiểu biết về những yếu tố này sẽ giúp bạn đưa ra lựa chọn thích đáng để tạo nên một thiết kế hiệu quả và thành công. Cân nhắc những vấn đề này khi thiết kế layout sẽ giúp bạn cân bằng mối quan tâm về tính rõ ràng với các yêu cầu về phong cách, để từ đó góp phần tạo nên tính dễ đọc cho thiết kế của bạn.

Dạng typeface

Hơn bao giờ hết, hiện có rất nhiều typeface cho bạn lựa chọn trong quá trình thiết kế. Typeface bạn chọn sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới tính rõ ràng của thiết kế. Tuy nhiên, một số loại typeface có thể rõ ràng ở dạng **chữ Display (Display type)** - các chữ khổ lớn và/hoặc mang tính trang trí dùng để thu hút sự chú ý; thường được dùng cho dòng tiêu đề (title), phụ đề (heading) hoặc đề mục (headline) - thì lại thiếu rõ ràng khi sử dụng làm **văn bản nội dung** (**body type**, hay còn gọi là **text type**, **body text**, tức các đoạn văn bản dài hơn một vài từ).

Tính quen thuộc

Tính quen thuộc (familiarity) đóng một vai trò lớn, bất kể độc giả có đọc được văn bản của bạn hay không. Các typeface phổ biến và quen thuộc hơn có thể dễ đọc hơn, mất ít thời gian đọc hơn so với những typeface ít quen thuộc. Câu văn ở Hình 4-1 minh họa cho ý kiến chủ đạo này. Typeface blackletter (Johannes G) được đánh giá cao về tính rõ ràng trong thời kỳ Gutenberg, nhưng đối với khán giả đương đại lại khác. Không nên sử dụng typeface mờ, không rõ ràng và không phổ biến cho văn bản nội dung, mặc dù chúng có thể được dùng làm chữ Display để tăng tính hấp dẫn và bổ sung phong cách cho thiết kế.

Typefaceſ that are more familiar can be read more quickly and eaſ-ily than unfamiliar oneſ.

Hình |4-1|

Khối văn bản sử dụng typeface không phổ biến, FF Johannes G, do Manfred Klein thiết kế năm 1991, dựa trên thiết kế gốc năm 1455 của Johannes Gutenberg. Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Quốc tế FontShop FSI (www.fontshop.com, www.fontfont.com) cung cấp.

Typeface Serif và Sans-serif

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng đối với văn bản nội dung, typeface Serif (Chốt nét) dễ đọc hơn so với typeface Sans-serif (Không chốt nét). Những người tham gia vào nghiên cứu cho thấy thực tế rằng: Khi đọc các đoạn văn bản nội dung với typeface Serif, mức độ lĩnh hội cao gấp năm lần so với khi đọc văn bản sử dụng typeface Sans-serif. (Không có sự khác biệt trong việc lĩnh hội văn bản sử dụng typeface Display).

Có hai lý do giải thích tại sao typeface Serif lại dễ đọc hơn. Trước tiên là vì kiểu Serif giúp người đọc phân biệt rõ chữ cái này so với chữ cái khác. Ví dụ ở Hình 4-2 cho thấy, cùng một chữ *Illinois* nhưng dùng typeface Serif (Times New Roman) sẽ dễ đọc hơn so với typeface Sans-serif (Arial). Đó là do kiểu Serif thực sự thay đổi hình dạng của các chữ cái, cung cấp những dấu hiệu đậm tính trực quan hơn, từ đó hỗ trợ cho việc nhận diện ký tự. Nếu chưa từng nghe đến bang Illinois, có thể bạn sẽ không chắc chắn về cách đọc các ký tự của từ này với kiểu Sans-serif.

Illinois
Illinois

Hình |4-2|

Từ "Illinois" dùng font Serif (bên trên) và Sans-serif (bên dưới).

The second reason serifs increase legibility of body type is that the horizontal orientation of the serifs help the reader's eyes to flow smoothly along the horizontal lines of text. Most sans-serif

Lý do thứ hai giải thích vì sao typeface Serif giúp tăng tính rõ ràng cho văn bản nội dung là tính định hướng theo chiều ngang của typeface Serif giúp mắt người đọc dễ dàng theo dõi khi đọc các dòng của văn bản theo chiều ngang. Hầu hết typeface Sans-serif đều có diện mạo thẳng đứng, những nét stem thẳng đứng của các letterform trong bảng chữ cái của chúng ta chiếm ưu thế hơn hẳn, điều này có thể xung đột với sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc, làm mắt phải theo dõi chậm lại một chút[1].

Hình |4-3|

Khối văn bản dùng typeface Sans-serif Helvetica, do Max Miedinger thiết kế năm 1957. *Ảnh do Xưởng đúc chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH* (www.linotype.com) *cung cấp.*

Optima, a sans-serif font designed with splayed terminals, is more legible than most sans-serif fonts because the splayed

Optima, một font Sans-serif được thiết kế với nét cuối của chữ xòe ra (mở rộng), dễ đọc hơn so với hầu hết font Sans-serif khác. Lý do là vì nét cuối của chữ xòe ra khiến diện mạo chữ hướng theo phương ngang nhiều hơn, từ đó giúp mắt dễ dàng theo dõi giống như đối với kiểu Serif.

Hình |4-4|

Khối văn bản được thiết lập với typeface Sans-serif Optima có nét cuối của chữ cái xòe ra, do Hermann Zapf thiết kế năm 1958. *Ảnh do Xưởng đúc chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH* (www.linotype.com) *cung cấp.*

Kiểu chữ

Kiểu chữ (type style) là phiên bản đã được điều chỉnh của một typeface. Ví dụ, văn bản có thể đặt ở kiểu *italic (nghiêng)*, **bold (đậm)**, ALL CAPS (IN HOA TẤT CẢ CÁC KÝ TỰ), hay underline (gạch chân). Hầu hết những kiểu chữ này đều giúp ích cho việc nhấn mạnh (emphasis) và hợp với chữ Display; tuy nhiên, các đoạn văn bản nội dung dài hiếm khi sử dụng một trong những kiểu chữ trên.

Ví dụ, một đoạn văn bản dài với những letterform kiểu bold sẽ khó đọc hơn so với kiểu regular (thường), do độ dày của các chữ cái làm giảm kích thước phần counter. Khái niệm này cũng đúng với bất cứ typeface nét đậm nào. Nên nhớ rằng, không gian âm bên trong letterform cũng đóng vai trò quan trọng đối với nhận biết của người đọc giống như các nét của ký tự vậy.

Hình |4-5|

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ bold.

[1] Trong quá trình chuyển ngữ, chúng tôi nhận thấy rõ tầm quan trọng của các đoạn nội dung được trình bày một cách có chủ đích bằng các font, kiểu chữ dạng này, đó là bổ sung trực tiếp tính trực quan vào văn bản của sách, giúp độc giả tiện theo dõi, đối sánh, nên đã chủ ý giữ lại một phần trong đoạn nội dung sử dụng font tiếng Anh và bổ sung một đoạn chú thích tiếng Việt ngay bên dưới. Mặt khác, điều đáng tiếc là rất nhiều font quốc tế được tác giả đề cập trong cuốn sách này vẫn chưa được Việt hóa, nên chúng tôi cũng áp dụng phương thức này như một phương án hợp lý nhất ở điều kiện cho phép.

Hình |4-6|

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ All caps.

VĂN BẢN NỘI DUNG DÀI DÙNG KIỂU ALL CAPS CŨNG GÂY KHÓ ĐỌC. TRONG TRƯỜNG HỢP NÀY, TÍNH RÕ RÀNG GIẢM DO GIỮA CÁC KÝ TỰ IN HOA (TẤT CẢ ĐỀU CHUNG CHIỀU CAO) CÓ ÍT SỰ KHÁC NHAU HƠN SO VỚI CHỮ THƯỜNG (ĐÔI KHI, CHỮ THƯỜNG CÒN CÓ PHẦN ASCENDER VÀ PHẦN DESCENDER).

Người đọc có thể quen với hình dạng của tổng thể các từ và điều này giúp tăng tốc độ đọc; tuy nhiên, những từ được in theo kiểu All caps đều có hình dạng khá giống nhau: Hình chữ nhật. Dễ đọc nhất là sự kết hợp chuẩn cả chữ hoa và chữ thường có thể tìm thấy ở đa số tài liệu in ấn, một phần do sự khác biệt giữa các hình dạng ký tự và một phần bởi thói quen của người đọc với kiểu trình bày này.

Hình |4-7|

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ underline.

Đối với các tài liệu in ấn, nên hạn chế sử dụng kiểu underline. Đoạn văn bản dài dùng chữ kiểu underline dễ gây khó khăn cho việc đọc. Mặc dù kiểu underline giúp tăng dòng chảy văn bản theo phương ngang, song cũng "cạnh tranh" về mặt thị giác với các letterform.

Trong môi trường kỹ thuật số, kiểu underline là đặc trưng của siêu liên kết (hypelink). Tuy nhiên, các phương pháp thay thế việc biểu thị liên kết (link), như làm nổi bật (highlight) hoặc sử dụng màu sắc khác, có thể đem lại hiệu quả tương tự và ít phá vỡ tính trực quan hơn. Trên màn hình, kiểu underline bên dưới từ không bao giờ được sử dụng nếu không nhằm mục đích biểu thị siêu liên kết, vì có thể gây nhầm lẫn và khiến người xem thất vọng.

Hình |4-8|

Khối văn bản được thiết lập với kiểu chữ italic.

Những nghiên cứu có giá trị gần đây đưa ra các thông tin trái ngược về tính rõ ràng của văn bản nội dung dùng typeface kiểu italic. Một vài kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng chữ kiểu italic khó đọc hơn, trong khi một số nghiên cứu khác cho thấy không có sự khác biệt về tính rõ ràng giữa chữ kiểu italic và chữ kiểu regular. Vậy, đâu mới là sự thật của vấn đề này? Sự thật là, không ai chính xác tuyệt đối. Tuy nhiên, tri thức từ các nghiên cứu cho thấy kiểu italic làm giảm tính rõ ràng, do đó bạn nên cẩn trọng khi sử dụng kiểu chữ này cho đoạn văn bản nội dung dài.

Màu sắc và quang độ/độ đậm nhạt

Màu sắc (color) và quang độ/độ đậm nhạt (value) là công cụ thể hiện phong cách rất hiệu quả, giúp biểu lộ tâm trạng, khơi gợi sự liên tưởng cũng như thu hút sự chú ý của khán giả. Dưới cương vị là một nhà thiết kế, bạn sẽ phải đưa ra các quyết định về màu sắc của văn bản và màu nền bao quanh văn bản.

Nghiên cứu các vấn đề về tính rõ ràng liên quan đến màu sắc đã đưa đến một số kết quả rất dễ nhận thấy. Chữ đen trên nền trắng là sự kết hợp đạt tính rõ ràng cao nhất. Theo một nghiên cứu, thậm chí sự khác biệt nhỏ giữa văn bản nội dung màu tối trên nền trắng cũng làm giảm đáng kể tỷ lệ lĩnh hội giữa những người tham gia nghiên cứu.

Tuy nhiên, chữ đen trên nền sáng nhẹ được chứng minh là đạt mức độ rõ ràng cao, đồng thời nâng cao tính dễ đọc; nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, hầu hết mọi người đều cảm thấy hấp dẫn với màu nền nhẹ. Màu nền nhẹ thường không nên vượt quá 10% độ xám (grayscale value); bởi khi vượt quá độ đậm nhạt này, tính dễ đọc bắt đầu giảm xuống rất nhanh.

Hình |4-9|

Khối văn bản được thiết lập tương phản với nền màu sáng nhẹ.

Nghiên cứu tương tự còn cho thấy, văn bản nội dung màu trắng trên nền đen cũng chứng tỏ sự kết hợp thiếu rõ ràng ở mức cao. Trong một thử nghiệm về sự kết hợp trên, sự lĩnh hội của người đọc đạt mức thấp nhất với chữ trắng trên nền đen. Đó là do văn bản màu trắng trên nền đen tạo ra hiệu ứng lóa mắt, khiến việc đọc trở nên khó khăn và gây mệt mỏi cho mắt độc giả.

Một vấn đề khác xảy ra với văn bản màu trắng trên nền đen là mắt chúng ta có khuynh hướng nhận thức màu đen "tràn vào" khu vực màu trắng. Đôi khi, mực đen tràn ra theo nghĩa đen, hay còn gọi là nhòe mực, vào vùng màu trắng - đặc biệt là với những loại giấy có độ thấm hút cao.

Như vậy có nghĩa rằng bạn đừng bao giờ sử dụng chữ trắng trên nền đen? Không. Là một nhà thiết kế, bạn phải dàn xếp sự cân bằng hợp lý giữa tính rõ ràng và phong cách của mỗi thiết kế. Đôi khi, bạn có một chút thỏa hiệp đối với một trong hai yếu tố trên. Tuy nhiên, hãy luôn ý thức về sự thỏa hiệp của bạn, nhằm đưa ra được lựa chọn cho thấy bạn là người có hiểu biết. Ví dụ, khi sử dụng chữ trắng trên nền đen, bạn có thể giảm bớt hiệu ứng lóa mắt bằng cách sử dụng font ít tương phản hơn. Bạn cũng có thể giảm hiệu ứng nhòe chữ (bleeding) nhờ tăng độ dày các nét của ký tự màu trắng. Thực hiện theo những bước này giúp giảm sự căng thẳng của mắt và cải thiện tính rõ ràng cho người đọc dễ theo dõi. Hình 4-10 minh họa hai ví dụ sử dụng văn bản trắng trên nền đen; hãy lưu ý tác động của việc lựa chọn typeface đối với tính rõ ràng.

Hình |4-10|

(Bên trái): Khối văn bản màu trắng được thiết lập với độ tương phản cao trên nền đen, sử dụng typeface Linotype Didot Roman, do Adrian Frutiger và studio Linotype tạo ra dựa trên thiết kế gốc của Firmin Didot năm 1784. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH* (www.linotype.com) *cung cấp.*

(Bên phải): Khối văn bản màu trắng được thiết lập với độ tương phản thấp trên nền đen, sử dụng typeface Cloister URW T Bold, do Phil Martin tạo ra, dựa trên thiết kế gốc của Morris Fuller Benton năm 1913. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ URW++* (www.urwpp.de/english/home.htm) *cung cấp.*

White text on a black background can produce an optical dazzle effect, making

Chữ trắng trên nền đen gây ra hiệu ứng lóa mắt, khiến việc đọc trở nên khó khăn và làm người đọc mỏi mắt.

The dazzle effect can be somewhat reduced by choosing fonts with lower contrast, and the ef-

Có thể giảm bớt hiệu ứng lóa mắt bằng cách sử dụng font ít tương phản hơn, đồng thời giảm hiệu ứng nhòe chữ nhờ tăng độ dày các nét của ký tự màu trắng.

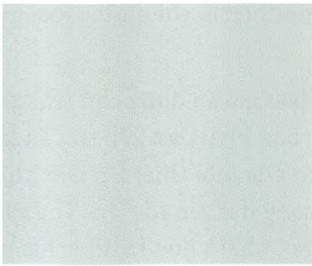
Hòa sắc chữ

Chúng ta vừa nói đến màu sắc (color) theo các thuật ngữ về sắc (hue) của văn bản và nền. Bây giờ, chúng ta thảo luận về **hòa sắc chữ (typography color)**, để cập đến tổng thể độ đậm nhạt về hòa sắc của khối văn bản trên một trang giấy, được lĩnh hội khi mắt kết hợp các hình âm (negative shape) và hình dương (positive shape) trong layout. Ví dụ, khi mắt bạn quan sát sự kết hợp các chữ cái màu đen với không gian âm màu trắng, não bạn sẽ phối kết chúng lại để bạn nhận ra tình trạng hòa sắc chữ của khối văn bản có độ đậm nhạt khác biệt so với độ đậm nhạt của màu xám. Kích thước và độ rộng của ký tự ảnh hưởng đến hòa sắc chữ, khác với kích thước của không gian âm - tức khoảng cách. Cho nên, chữ nét đậm với khoảng cách rộng đem lại cảm giác hòa sắc chữ tương tự như chữ nét thanh với khoảng cách rất hẹp, như minh họa ở Hình 4-11 bên dưới.

Hình |4-11|

Khối văn bản nét thanh với khoảng cách rất hẹp sử dụng typeface nhỏ (trái) có thể dùng chung kiểu hòa sắc chữ với khối văn bản có khoảng cách rộng dùng typeface đậm và lớn (phải).

Khối văn bản nét thanh khoảng cách rất hẹp này được cảm nhận có chung kiểu hòa sắc chữ với câu tiếp theo. Khối văn bản nét thanh khoảng cách rất hẹp này được cảm nhận có chung kiểu hòa sắc chữ với câu tiếp theo. Khối văn bản nét thanh khoảng cách rất hẹp này được cảm nhận có chung kiểu hòa sắc chữ với câu tiếp theo. Khối văn bản nét thanh khoảng cách rất hẹp này được cảm nhận có chung kiểu hòa sắc chữ với câu tiếp theo.



Khối văn bản nét đậm, khoảng cách chữ rộng, được cảm nhận có độ đậm nhạt về hòa sắc chữ tương tự

Thuật ngữ

chữ Display (display text): các chữ lớn và/hoặc mang tính trang trí dùng để thu hút sự chú ý; thường được sử dụng cho dòng tiêu đề, phụ đề hoặc đề mục.

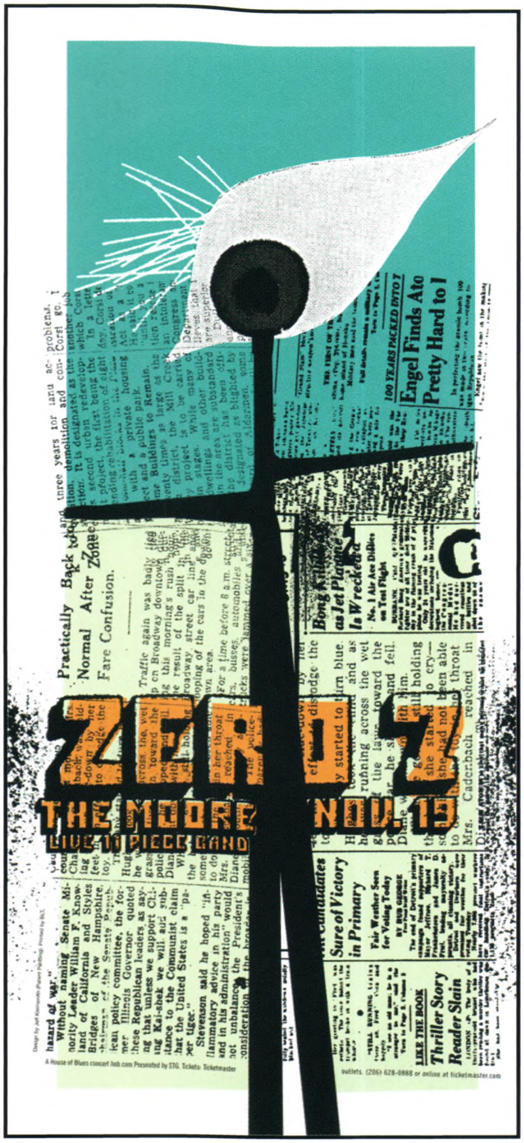
hòa sắc chữ (typography color): tổng thể độ đậm nhạt về hòa sắc của khối văn bản trên một trang giấy, được lĩnh hội khi mắt kết hợp các hình âm và hình dương trong layout.

văn bản nội dung (**body type**, hay còn gọi là **text type, body text**): chữ được sử dụng cho các đoạn văn dài hoặc phần chính của một văn bản.

Cấu trúc bề mặt của chữ

Nói tới cấu trúc bề mặt (texture) tức là chúng ta đang bàn đến bề mặt mà mình cảm nhận được là trơn nhẵn hay ghồ ghề, mềm mại hay nhọn sắc. Chúng ta có thể cảm nhận cấu trúc bề mặt bằng cách sử dụng xúc giác, như khi chúng ta cầm nắm một hòn đá trơn nhẵn hay mảnh giấy nhám xù xì. Chúng ta có thể cảm nhận bằng vị giác, như khi chúng ta ăn món bơ đậu phộng ngọt hay béo. Chúng ta nghe tới cấu trúc bề mặt như là nhịp điệu, tiết tấu trong âm nhạc và tiếng động. Chúng ta cũng có thể dùng thị giác để cảm nhận cấu trúc bề mặt như khi đưa mắt quan sát một mẫu nền màn hình với các họa tiết lặp lại, một bản nhạc - hoặc bức ảnh vẽ hòn đá trơn nhẵn, mảnh giấy nhám xù xì hoặc một viên bơ đậu phộng ngọt hay béo.

Giống như một bản nhạc hay mẫu nền màn hình với các họa tiết lặp lại, văn bản trên một trang giấy hay màn hình cũng có cấu trúc bề mặt. Nếu cấu trúc bề mặt của hòa sắc chữ rất nhịp nhàng - là kết quả của sự phối hợp nhất quán giữa cỡ chữ, mức độ weight, hình dạng, kiểu chữ và khoảng cách của letterform - đoạn văn sẽ dễ đọc hơn so với một cấu trúc bề mặt thô nhám hoặc hay thay đổi với những thành phần thiếu đồng nhất. Tuy nhiên, có những lúc bạn sẽ gặp một thiết kế có cấu trúc bề mặt thô nhám đáng giá. Ví dụ, trong Hình 4-12, nhà thiết kế thêm cảm giác huyên náo vào layout bằng cách sử dụng nhiều khối văn bản có cấu trúc bề mặt ở những vùng không cần đến tính rõ ràng.



Hình |4-12|

Tấm poster quảng cáo *Zero 7* do Jeff Kleinsmith thuộc Cơ quan Cấp bằng Sáng chế cho Nhà Xanh (Patent Pending Industries for House of Blues) thiết kế, bao gồm các vùng văn bản với cấu trúc bề mặt thô nhám.

Kích thước và hình dạng của chữ

Một vài thành phần đóng góp vào kích thước và hình dạng của chữ, bao gồm stroke weight (độ đậm nét chữ), mức độ tương phản, set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao) và kích thước point. Kích thước và hình dạng của các letterform gây ảnh hưởng lớn đến tính rõ ràng, do đó bạn cần cân nhắc kỹ lưỡng từng yếu tố trên. Như đã bàn luận về các kiểu typeface ở trên, văn bản với kích thước chữ và hình dạng không bình thường tỏ ra có hiệu quả khi dùng chữ Display, song sẽ trở nên khó đọc nếu dùng làm chữ ở phần văn bản nội dung.

Stroke weight

Stroke weight (độ đậm nét chữ) của ký tự trong một typeface cũng ảnh hưởng tới tính rõ ràng. Như bạn có thể đoán khi quan sát Hình 4-13, nét chữ có stroke weight ở mức trung bình thường đem lại tính rõ ràng cao nhất.

Hình |4-13|

(Bên trái) Khối văn bản được thiết lập với typeface Futura Extra Bold có stroke weight ở mức cao, do Paul Renner thiết kế năm 1928. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH* (www.linotype.com) *cung cấp.*

(Bên phải) Khối văn bản được thiết lập với typeface Premier Lightline LET có stroke weight ở mức thấp, do Colin Brignall thiết kế năm 1970. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH* (www.linotype.com) *cung cấp.*

The same phenomenon we saw with bolded typefaces is true for any typeface with a heavy stroke

Hiện tượng tương tự khi chúng ta nhìn vào typeface đậm cũng đúng với bất cứ typeface nào có stroke weight ở mức cao. Các nét dày chèn vào phần counter của ký tự, khiến việc nhận diện chữ trở nên khó khăn hơn.

On the other hand, when a typeface has a very thin stroke weight, the strokes can become difficult for a reader's eyes to see at all, compromising legibility in long passages of text

Mặt khác, nếu typeface có stroke weight ở mức rất nhỏ thì nét chữ cũng trở nên khó đọc, ảnh hưởng đến tính rõ ràng của đoạn văn bản dài.

Độ tương phản

Đôi khi, các nét của một letterform sẽ có độ dày khác nhau. Ví dụ, nét stem của ký tự thường dày hơn nét hairline. Mức độ tương phản (contrast) giữa nét dày nhất và nét mảnh nhất của một ký tự đều có thể gây ảnh hưởng tới tính rõ ràng.

Hình |4-14|

(Bên trên) Khối văn bản được thiết lập với typeface Bodoni No 2 EF Ultra có độ tương phản cao, được Giambattista Bodoni phục dựng từ thiết kế gốc năm 1798. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Elsner + Flake* (www.elsner-flake.com) *cung cấp.*

(Bên dưới) Khối văn bản được thiết lập với typeface Futura hầu như không có độ tương phản, do Paul Renner thiết kế năm 1928. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH* (www.linotype.com) *cung cấp.*

Body type, set in a typeface with very high contrast, has a dazzle effect that tires the eyes, much like we

Văn bản nội dung, được thiết lập với typeface có độ tương phản rất cao, sẽ tạo ra hiệu ứng lóa mắt gây mỏi mệt cho thị giác người đọc. Mức độ lóa này cũng nhiều như khi chúng ta quan sát văn bản màu đen trên nền trắng ở bên trên.

On the other hand, typefaces with very low contrast can be difficult to read in long passages because there is less variation to help readers recognize one letterform from another.

Mặt khác, typeface với độ tương phản rất thấp có thể gây khó khăn cho việc đọc những đoạn văn bản dài, do có ít sự khác biệt giúp người đọc nhận diện letterform này với letterform khác.

Set width

Một cột đặc biệt hẹp đòi hỏi một typeface có set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao) nhỏ. Tuy nhiên, bạn cần nhận thức được rằng typeface với các chữ cái rộng hay hẹp bất thường có thể gây khó khăn cho việc đọc các đoạn văn bản dài.

In the case of narrow (or condensed) letterforms, the relationship between the strokes and the counters is modified in a way that makes the letters more difficult to recognize. In addition, the narrow set width gives the typeface a vertical appearance that contrasts with our horizontal reading flow.

Trong trường hợp của những letterform hẹp, hay letterform kiểu condensed (co), mối liên hệ giữa các nét chữ và phần counter bị thay đổi theo hướng khiến cho việc nhận diện chữ cái trở nên khó khăn hơn. Ngoài ra, set width hẹp làm cho hình thức của typeface dạng thẳng đứng tương phản với hướng đọc chữ theo phương ngang.

WIDE (OR EXPANDED) TYPEFACES MAY BE USEFUL WHEN LINE LENGTH MUST BE PARTICULARLY LONG. HOWEVER, KEEP IN MIND THAT WIDE TYPEFACES CAN REDUCE LEGIBIL-

Typeface rộng, hay typeface kiểu expanded (giãn) có thể hữu dụng khi độ dài của dòng không quá lớn. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng typeface rộng làm giảm tính rõ ràng; letterform có độ rộng quá cao sẽ khiến mắt độc giả không thể theo dõi được các từ nếu chỉ nhìn lướt qua theo cách thông thường, trải nghiệm đọc mang tính vật lý sẽ bị ngắt quãng và chậm lại.

Hình |4-15|

(Bên trên) Khối văn bản được thiết lập với typeface Reforma Grotesk Light có set width hẹp, do Albert Kapitonov thiết kế năm 1999. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Paratype* (www.paratype.com) *cung cấp.*

(Bên dưới) Khối văn bản được thiết lập với typeface Cavalero AOE có set width lớn, do Brian J. Bonislawsky thiết kế năm 1999. *Ảnh do Học viện Typography One Eye Astigmatic* (www.astigmatic.com) *cung cấp.*

Kích thước point

Nếu đã từng viết một báo cáo sử dụng chương trình soạn thảo văn bản, bạn sẽ nhận thấy rằng mình có thể điều chỉnh độ dài của trang báo cáo một cách đơn giản nhờ lựa chọn các typeface khác nhau. Nếu không thay đổi kích thước point (point size), đoạn văn tương tự sẽ chiếm nhiều hay ít chỗ trống hơn phụ thuộc vào typeface bạn áp dụng cho nó. Đó là do những typeface với cùng một kích thước point có thể khác nhau ở set width, cap height và tỷ lệ x-height. Vì kích thước point của một typeface dựa trên việc đo lường kích thước từ đường baseline này tới đường baseline khác (như đã đề cập ở Chương 2), nên kích thước thực sự của cap height và x-height có thể không giống nhau đối với những typeface khác nhau có chung kích thước point.

Hãy thử bài thực hành ngắn sau: Soạn một tài liệu mới từ chương trình soạn thảo văn bản. Tăng độ rộng của lề (margin) và gõ chữ **A** đủ số lần để thực hiện vài lần việc điền số đo 4 inch. Bây giờ, chọn từng chữ **A** một, thay đổi font sao cho không có hai chữ **A** nào dùng chung một typeface. Tiếp đến, chọn tất cả các chữ và gán giá trị cho kích thước font là 36 point.

Hãy xem xét kỹ kết quả trên. Lưu ý, mặc dù các chữ cái ở mỗi lần đo đều có chung đường baseline, nhiều chữ có thể khác nhau về chiều cao và set width - song tất cả các chữ này đều có kích thước 36 point, tính từ đường baseline này tới đường baseline khác.

Kích thước point của ký tự tác động đến tính rõ ràng. Với văn bản dùng chữ Display, hầu hết typeface đều đạt mức tối ưu từ cỡ 14 point trở lên; tuy nhiên, do tính chất đa dạng của typeface, bạn phải điều chỉnh cho phù hợp nhất với mình. Với văn bản nội dung, kích thước point tối ưu nằm trong khoảng từ 8 đến 12 point (ngoài ra, có dải kích thước này là do sự khác nhau giữa set width, cap height, x-height giữa các typeface có chung kích thước point). Đoạn văn bản dài được thiết lập với typeface có cap height và/hoặc x-height lớn có thể dễ đọc hơn so với khi sử dụng cap height và/hay x-height nhỏ ở cùng một kích thước point.

However, if the x-height of a typeface is extremely tall, the letterforms may become difficult to distinguish also, because the variation between letters with and without ascenders (like a and d) can be diminished.

Tuy nhiên, nếu x-height của typeface quá lớn, letterform có thể trở nên khó phân biệt, do sự khác nhau giữa các chữ cái có và không có phần ascender (như chữ a và d) có thể giảm đi.

An extremely short x-height tends to make a typeface appear to be small for its point size, which can diminish legibility because readers may have difficulty focusing on and reading very small letters. Even if readers are able to recognize letterforms at a small point size, their eyes are likely to become tired quickly.

X-height quá nhỏ có xu hướng khiến typeface trông có vẻ nhỏ so với kích thước point của nó, đồng thời làm giảm tính rõ ràng do người đọc khó tập trung và khó đọc các chữ rất nhỏ. Dù người đọc có thể nhận biết letterform ở kích thước point nhỏ, nhưng họ sẽ rất nhanh bị mỏi mắt.

Hình |4-16|

(Bên trên) Khối văn bản được thiết lập với typeface Seagull có x-height lớn, do Adrian Williams và Bob McGrath thiết kế năm 1978. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Bitstream* (www.myfonts.com) *cung cấp.*

(Bên dưới) Khối văn bản được thiết lập với typeface Koch Antiqua có x-height nhỏ, do Rudolf Koch thiết kế năm 1922. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Thư viện Linotype GmbH* (www.linotype.com) *cung cấp.*

Khi bạn phải sử dụng kích thước point rất nhỏ cho văn bản nội dung, hãy cố tăng giá trị leading (khoảng cách dòng) để tối ưu trải nghiệm của người đọc. Các khối văn bản trong Hình 4-17 được đặt ở kích thước 6 point minh họa cho quan điểm này.

It was Toto that made Dorothy laugh, and saved her from growing as gray as her other surroundings. Toto was not gray; he was a little black dog, with long silky hair and small black eyes that twinkled merrily on either side of his funny, wee nose. Toto played all day long, and Dorothy played with him, and loved him dearly. Today, however, they were not playing. Uncle Henry sat upon the doorstep and looked anxiously at the sky, which was

It was Toto that made Dorothy laugh, and saved her from growing as gray as her other surroundings. Toto was not gray; he was a little black dog, with long silky hair and small black eyes that twinkled merrily on either side of his funny, wee nose. Toto played all day long, and Dorothy played with him, and loved him dearly. Today, however, they were not playing. Uncle Henry sat upon the doorstep and looked anxiously at the sky, which was grayer than usual. Dorothy stood in the door with Toto in her arms, and looked at the sky too. Aunt Em was washing the dishes.

Hình |4-17|

Khối văn bản được thiết lập ở kích thước point nhỏ (6 point), với khoảng leading rất lớn (bên trái) và không có leading (bên phải).

(Trang bên) Khối văn bản được thiết lập ở kích thước point rất lớn.

Văn bản nội dung thiết lập ở kích thước point rất lớn cũng có thể gây khó hiểu cho người đọc. Nếu kích thước các ký tự quá lớn, người đọc không thể đọc văn bản theo cách lướt mắt thông thường được, chức năng sinh lý học được huy động vào việc đọc sẽ bị ngắt quãng và chậm lại, điều này cũng đúng với những typeface có set width quá lớn.

Nếu kích thước các ký tự quá lớn, chúng ta sẽ không thể đọc văn bản theo cách lướt mắt thông thường, chức năng sinh lý học được huy động vào việc đọc sẽ bị ngắt quãng và chậm lại.

Bạn phải xem xét đối tượng khán giả mục tiêu khi lựa chọn kích thước point cho văn bản nội dung. Độc giả lớn tuổi nói chung có thể bị suy giảm thị lực, đồng thời cảm thấy kích thước point nhỏ khiến họ khó đọc nổi các chữ. Tương tự, độc giả nhỏ tuổi mới bắt đầu tập đọc cũng gặp khó khăn khi phân biệt các letterform quá bé với nhau.

Nền

Không gian âm của letterform cũng đóng vai trò quan trọng giống như hình dạng của nét chữ đối với tính rõ ràng vậy, nên không có gì ngạc nhiên nếu nền (background) của văn bản cũng tác động đến tính rõ ràng. Bất kể văn bản của bạn xuất hiện ở dạng in hay trên màn hình vi tính, hãy ghi nhớ một số yếu tố quan trọng dưới đây về nền.

Độ tương phản giữa văn bản và nền

Chúng ta đã thảo luận về một thuật ngữ typography là độ tương phản (contrast), trong đó đề cập đến sự khác biệt giữa các phần dày nhất và phần mỏng nhất của một letterform. Tuy nhiên, có thể bạn cũng từng thấy thuật ngữ độ tương phản được sử dụng như một thuật ngữ có ý nghĩa rộng hơn - đó là sự khác biệt (difference). Để tăng tính rõ ràng, bạn phải luôn đảm bảo tạo ra đủ độ tương phản (hay khác biệt) giữa văn bản và nền.

Hình |4-17|

Khối văn bản có độ tương phản thấp so với nền.

When the contrast between the text and the background is too low, your audience will have a difficult time distinguishing the letterforms from the background.

Khi độ tương phản giữa văn bản và nền quá thấp, người đọc sẽ gặp khó khăn với việc phân biệt các letterform từ nền.

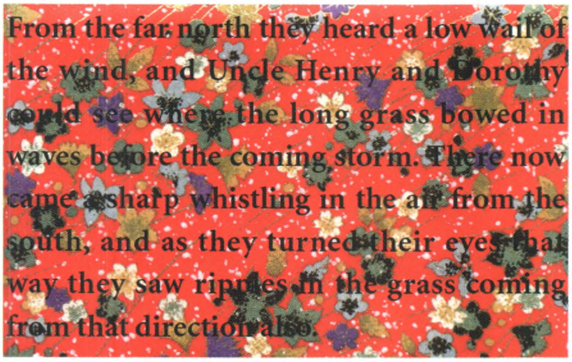
Với những thiết kế được sáng tác bằng máy vi tính, điều này có thêm chút thử thách đặc biệt. Những màu bạn thấy trên màn hình của bạn có thể khác so với trên các màn hình khác, và cũng có thể khác so với khi in ra. Do đó, bạn cần hết sức cẩn trọng khi lựa chọn nền có độ đậm nhạt của màu gần giống với chữ. Nếu thiết kế của bạn xuất hiện dưới dạng bản in, bạn cũng cần in thử để kiểm tra lại bản in trông sẽ ra sao, và nếu cần thì nên chuyển màu RGB[2] của màn hình sang màu CMYK[3] tương đương dùng cho in ấn.

[2 & 3] RGB và CMYK: Xem trang 260 (Chương 7) để hiểu rõ hơn về hệ màu cộng cơ bản RGB và hệ màu trừ cơ bản CMYK (đôi khi là YMCK).

Cấu trúc bề mặt của nền

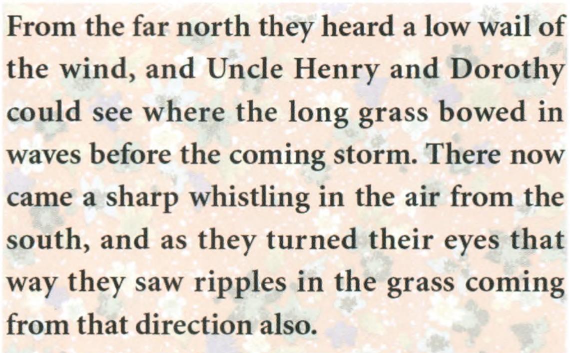
Cấu trúc bề mặt của nền bao quanh các ký tự trông rối mắt hoặc bập bềnh như trong Hình 4-19a sẽ khiến mắt người đọc bị phân tán khỏi văn bản, giảm tính rõ ràng. Ví dụ, có thể bạn đã nhận thấy một thực tế rằng: Nếu sử dụng một mẫu nền dày đặc các chi tiết trên màn hình nền máy tính của bạn thì sẽ rất khó để nhận ra các biểu tượng trên màn hình nền đó.

Giấy dễ nhìn và nền kỹ thuật số có thể khá thú vị, nhưng bạn hãy luôn đưa ra quyết định cho thiết kế của mình dựa vào việc kết hợp cẩn thận các phong cách cũng như mối quan tâm đến tính dễ đọc. Khi cần sử dụng nền có nhiều chi tiết, hãy cung cấp nền trơn phẳng hơn cho khối văn bản của bạn, như minh họa ở Hình 4-19b.



Hình |4-19a|

Khối văn bản được thiết lập tương phản với một nền được tạo cấu trúc bề mặt.



Hình |4-19b|

Khối văn bản được thiết lập tương phản với một nền có cấu trúc bề mặt được giảm độ tươi/rực (desaturated).

Bề mặt

Bề mặt của phương tiện mà người đọc đang quan sát cũng tác động đến tính rõ ràng. Khi thiết kế của bạn được quan sát trên màn hình máy tính, độ chói của màn hình có thể làm người đọc rất nhanh mỏi mắt, nên bạn cần giữ văn bản thật ngắn gọn với thật nhiều không gian âm. Nếu thiết kế của bạn là bản in trên chất liệu giấy bóng, hiệu ứng cũng tương tự như trên.

Độ thấm hút của giấy dùng để in thiết kế cũng ảnh hưởng đến tính rõ ràng. Bạn đã bao giờ dùng bút màu tô chính xác vào một hình dạng hay bức tranh mình cần tô chưa? Có lẽ bạn từng làm như vậy khi còn là một đứa trẻ cố gắng tập tô với một cuốn sách màu.

Nếu bạn có cây bút màu hay bút chì trên tay, hãy thử bài tập đơn giản sau: Vẽ một hình nhỏ trên mảnh giấy bằng bút chì, sau đó tô hình bằng bút màu của bạn. Lưu ý, nếu bạn đặt cây bút màu vào các cạnh của hình, mực sẽ chảy tràn ra và đè lên đường chì ngay. Hãy thử trên một mảnh giấy lấy từ cuốn sổ tay và tờ báo. Giấy càng thấm hút tốt, mực càng chảy nhòe. Nếu thiết kế sắp tới của bạn được in trên loại giấy thấm hút tốt này, bạn phải tính đến vấn đề trên, vì mực nhòe sẽ thu hẹp phần counter của các letterform, khiến chúng mất đi tính rõ ràng.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI TÍNH DỄ ĐỌC

Chúng ta vừa xác thực rằng chữ cái càng dễ nhận biết thì càng rõ ràng, và tính rõ ràng đóng vai trò rất quan trọng đối với truyền thông thị giác. Tuy nhiên, nếu chỉ muốn đảm bảo văn bản của bạn trông rõ ràng thì không chắc chắn được rằng thông điệp mà bạn gửi gắm sẽ được truyền tải thành công tới khán giả. Tính rõ ràng chỉ mô tả mức độ dễ dàng mà người đọc có thể nhận biết các ký tự hay từ cụ thể, chứ không đề cập đến những yếu tố bổ sung khác ảnh hưởng đến cách người đọc tìm thấy và tiếp nhận ý nghĩa từ các trang văn bản.

Thiết kế tốt giúp người đọc hiểu cách thức tổ chức, định hướng, truyền đạt ý nghĩa từ những thông tin được trình bày. Nhà thiết kế có thể làm điều này bằng cách vận dụng sự sắp xếp giữa không gian âm và không gian dương (positive space) bên trong tác phẩm của họ. Cách nhà thiết kế đặt các letterform trong mối tương quan với nhau có thể góp phần tăng hoặc giảm tính dễ đọc của thiết kế. Xem xét tác động từ những lựa chọn của bạn đối với trải nghiệm đọc của khán giả có thể giúp bạn đưa ra các quyết định thiết kế thông minh. Xét cho cùng, tính dễ đọc của một thiết kế rất quan trọng, bởi độc giả dường như sẽ quay lưng nếu thiết kế không dễ đọc, bất kể nó có rõ ràng đi nữa.

Lựa chọn typeface

Sử dụng quá nhiều typeface trong một thiết kế có thể gây ra sự hỗn loạn, làm giảm tính dễ đọc. Hãy thử một trò đánh cược an toàn: Chọn hai typeface đủ khác nhau để người đọc có thể phân biệt được chúng ngay từ cái nhìn đầu tiên. Giải pháp tốt nhất là chọn một typeface Sans-serif và một typeface Serif, sau đó bạn hãy tự giới hạn mình chỉ được sử dụng hai typeface này. Tuy nhiên, nếu áp dụng chiến lược này, bạn có thể dùng tất cả các kiểu chữ, cỡ chữ và màu sắc sẵn có. Hãy xem nhà thiết kế đã làm thế nào để tạo ra bìa đĩa CD ấn tượng ở Hình 4-20. Jeff Louviere chỉ sử dụng một typeface duy nhất nhưng theo nhiều cách khác nhau, do đó đã tạo nên sự đa dạng và thú vị cho thiết kế, trong khi vẫn giữ được tính thống nhất và mối liên kết chặt chẽ.

Hình |4-20|

Bìa CD in hình chú khỉ trong tác phẩm *Guinea Pig: High Performance* (tạm dịch: *Chuột lang: Nỗi lo âu lớn*) do Jeff Louviere của hãng Louviere + Vanessa thiết kế, sử dụng nhiều kiểu chữ khác nhau của một typeface, nhằm tạo sự đa dạng và thú vị, trong khi vẫn giữ được tính thống nhất.



Sắp xếp letterform

Với mọi thiết kế sử dụng chữ, nhà thiết kế đều phải đưa ra một số quyết định về cách sắp xếp văn bản trên trang. Các lựa chọn bạn phải đưa ra liên quan đến việc *căn gióng (alignment)*, *phạm vi dòng (measure)*, *dòng lẻ kết (widow)* hay *dòng lẻ đầu (orphan)* sẽ ảnh hưởng tới tính dễ đọc của thiết kế.

Căn gióng

Căn gióng (alignment) đề cập đến mối quan hệ giữa văn bản và lề. Nếu từng gõ một văn bản sử dụng trình soạn thảo, hẳn bạn đã quen với các kiểu căn gióng văn bản phổ biến nhất. Cách văn bản được căn gióng trên một trang có ảnh hưởng rất lớn tới tính dễ đọc của thiết kế. Dưới đây là những cách căn gióng được sử dụng thường xuyên nhất.

Văn bản căn trái (left-aligned text), còn gọi là **căn thẳng trái/nhấp nhô bên phải (flush left/ragged right)**, căn đều lề trái nhưng không căn đều lề phải, như trong đoạn văn này. Đây được xem là kiểu căn gióng dễ đọc nhất, do cạnh phải không đều ở mức vừa phải giúp người đọc có điểm tham chiếu để tìm dòng tiếp theo. Vì vậy, đây chính là kiểu căn gióng phổ biến nhất hiện nay, vừa quen thuộc với người đọc vừa có khoảng cách nhất quán giữa các từ, tạo ra một hiệu ứng hòa sắc chữ êm dịu.

Mẹo căn gióng

Khi bạn sử dụng kiểu căn trái/nhấp nhô bên phải, hãy để ý xem lề phải "nhấp nhô" ra sao. Tình trạng "nhấp nhô" quá lớn sẽ làm giảm tính dễ đọc, song bạn có thể dễ dàng tránh được điều này bằng cách chèn thủ công các điểm ngắt dòng để độ dài của dòng nhất quán hơn.

Văn bản căn hai lề đều thẳng (justified text) căn đều hai lề trái và phải. Kiểu căn gióng văn bản này rất dễ đọc và được sử dụng phổ biến. Các lề với cạnh thẳng thể hiện vẻ ngoài sáng sủa, gọn gàng. Tuy nhiên, để tạo ra kiểu lề này, cần chèn thêm nhiều khoảng trống vào giữa các từ hay chữ. Điều này có thể tạo nên cấu trúc bề mặt bất ổn với những **dòng chảy khoảng trắng (white river)** của không gian âm lớn, như trong đoạn văn này. Các dòng chảy khoảng trắng này có thể làm người đọc sao nhãng khi hướng mắt họ dõi theo phương thẳng đứng, tách biệt với hướng đọc văn bản theo chiều ngang như dự tính ban đầu. Bạn có thể thấy dòng chảy khoảng trắng trong đoạn văn này bằng cách nghiêng người, hoặc quan sát Hình 4-21 với dòng chảy khoảng trắng đã được thể hiện rất rõ.

> **Justified text** aligns to the margins on the left and on the right. This sort of text alignment is also highly readable and is very commonly used. The straight edged margins present a very tidy, clean appearance. However, in order to create those edges, extra spaces must be inserted between words or letters. This can make for a choppy texture with "white rivers" of negative space flowing through it, as in this paragraph. These white rivers can be distracting, because they draw the reader's eyes in a vertical direction, away from the intended horizontal path of the text. You can look for the white rivers in this paragraph by squinting, or look at Figure 4-6 to see the white rivers indicated on a full page of justified text.

Hình |4-21|

Một ví dụ về cách căn gióng văn bản hai lề đều thẳng, với các dòng chảy khoảng trắng đã được thể hiện rất rõ.

Văn bản căn phải (right-aligned text), còn gọi là **căn thẳng phải/ nhấp nhô bên trái (flush right/ragged left)**, căn đều lề phải nhưng không căn đều lề trái, như trong đoạn văn này. Đây không phải là kiểu căn gióng dễ đọc, vì độc giả phải tìm từng dòng mới trong đoạn văn. Tuy nhiên, kiểu căn gióng này có thể tạo phong cách cho các đoạn văn ngắn hay khổ thơ.

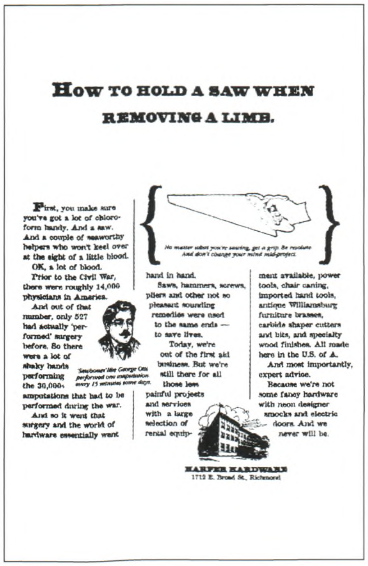
Văn bản căn giữa (centered text) được căn gióng ở trung tâm, nên lề trái và lề phải đối xứng nhau, như trong đoạn văn này. Kiểu căn gióng này không đạt được tính dễ đọc cao khi áp dụng cho văn bản dài với cùng lý do gây khó đọc như khi căn phải - việc tìm dòng tiếp theo của văn bản cũng không dễ. Tuy vậy, với đoạn văn ngắn hay khổ thơ, kiểu căn gióng này lại tỏ ra hữu dụng và tạo được giọng điệu cổ điển, trang trọng.

Các kiểu căn gióng văn bản khác như *chạy vòng quanh (runaround)*, *bất đối xứng (asymmetrical)*, *theo khuôn hình (shaped)*, *theo đường nét (contoured)* và *hình dạng cụ thể (concrete)* ít được sử dụng hơn, nhưng có thể trở thành giải pháp giá trị cho nhiều vấn đề thiết kế.

Căn gióng văn bản chạy vòng quanh đối tượng (runaround text alignment) bao quanh hình vẽ đồ họa (graphic) hay các thành phần văn bản trong layout, như minh họa ở Hình 4-22. Kiểu căn gióng này có thể dễ đọc và tương tác tốt giữa hình ảnh với nội dung.

Hình |4-22|

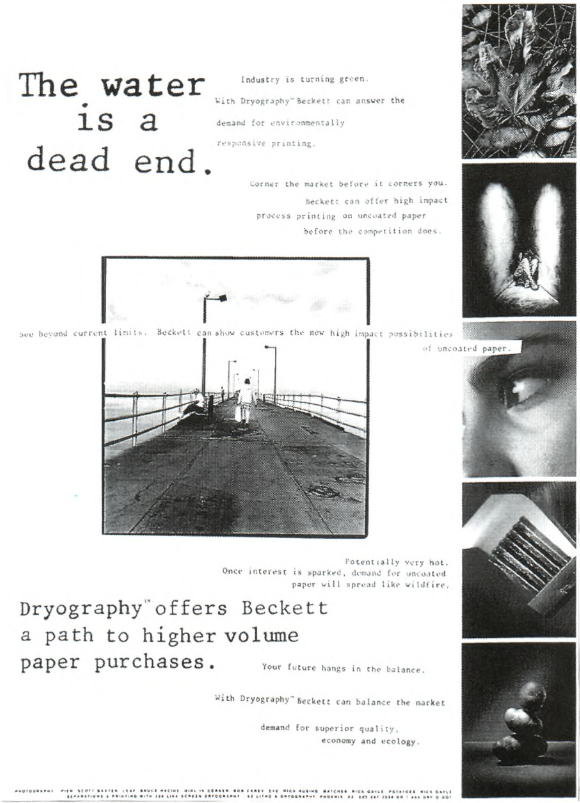
Quảng cáo *How to Hold a Saw When Removing a Limb* (tạm dịch: *Cách cầm cưa khi mất tay cầm*), do Michael Ashley thuộc công ty Arnika thiết kế cho công ty phần cứng Harper, sử dụng kiểu căn gióng văn bản chạy vòng quanh.



Căn gióng văn bản bất đối xứng (asymmetrical text alignment) không xét đến lề trái hay lề phải, như minh họa ở Hình 4-23. Kiểu căn gióng này có thể được áp dụng rất khéo léo, dù tính dễ đọc không cao. Căn gióng bất đối xứng thích hợp nhất cho đoạn văn ngắn hoặc khổ thơ.

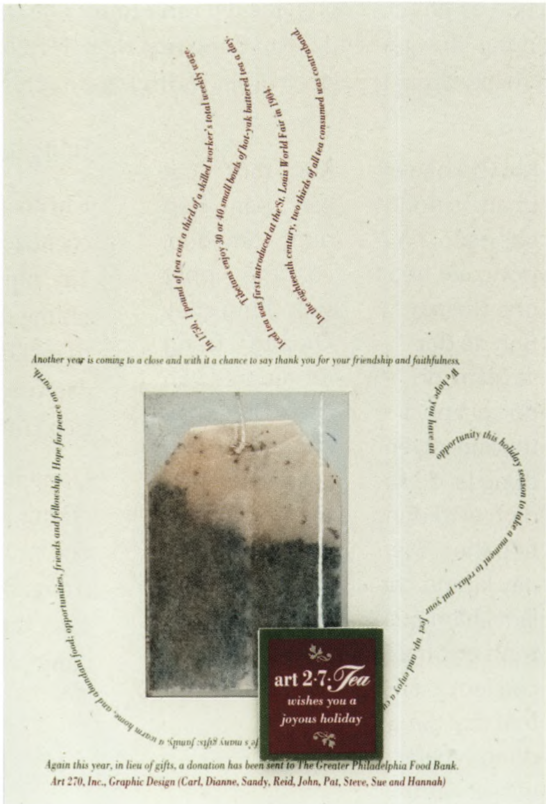
Căn gióng văn bản theo khuôn hình (shaped text alignment) "chảy" theo đường cong hoặc theo dòng hay hình dạng không có quy tắc, như minh họa ở Hình 4-24. Văn bản dễ đọc ra sao phụ thuộc vào hình dạng đường dịch chuyển của văn bản và số lượng từ trong văn bản. Thường thì chỉ một lượng nhỏ văn bản chạy theo khuôn hình là dễ đọc. Tuy nhiên, nếu sử dụng thích hợp, kiểu căn gióng này lại góp phần tạo nên phong cách và giúp độc giả định hướng thông qua layout.

Căn gióng văn bản theo đường nét (contoured text alignment) lấp kín một hình. Một hay nhiều từ có thể bị bóp méo (distort) để tạo nên một hình dạng, hoặc cả đoạn văn bản có thể lấp kín một hình dạng bằng cách căn gióng phạm vi dòng chữ so với các cạnh. **Căn gióng văn bản hình dạng cụ thể (concrete text alignment)** là một kiểu đặc biệt của căn gióng văn bản theo đường nét, trong đó hình dạng của văn bản mô phỏng nội dung, như minh họa ở Hình 4-25.



Hình |4-23|

Tấm poster quảng cáo *Dryography™* do Mike Campbell của Hãng thiết kế Campbell Fisher sáng tạo cho Backett, sử dụng kiểu căn gióng văn bản bất đối xứng.



Hình |4-24|

Thiệp mừng do Carl Mill của Công ty Art 270 thiết kế, sử dụng kiểu căn gióng theo khuôn hình.



Hình |4-25|

Trang báo *Diamonds are Forever* (tạm dịch: *Kim cương là mãi mãi*) do J. R. Arebalo, Jr. của Nhà xuất bản Hãng hàng không Mỹ (American Airlines Publishing) thiết kế cho Hãng hàng không Tây Nam (Southwest Airlines), sử dụng kiểu căn gióng văn bản theo hình dạng cụ thể.

Phạm vi dòng

Phạm vi dòng (measure), hay cự ly dòng (line length), là độ dài của một dòng văn bản. Phạm vi dòng lý tưởng cho bản in của văn bản nội dung thường là từ 60 đến 70 ký tự một dòng, hay từ 18 đến 24 pica. Trong môi trường kỹ thuật số, phạm vi dòng lý tưởng cho văn bản nội dung ở mức thấp hơn - khoảng 40 ký tự mỗi dòng.

Văn bản có phạm vi dòng quá dài (như minh họa ở đoạn này) sẽ làm giảm tính dễ đọc. Đó là vì khi đọc xong một dòng, độc giả sẽ khó tìm dòng tiếp theo. Nếu bạn đặt mình vào tình huống phải sử dụng phạm vi dòng rất dài, hãy dùng typeface với set width lớn để cải thiện tính dễ đọc cho đoạn văn.

hình |4-26a|

Khối văn bản có phạm vi dòng dài.

Khi văn bản có phạm vi dòng cực ngắn, như trong cột hẹp như thế này, tính dễ đọc sẽ giảm, do độc giả phải thường xuyên dừng lại để xác định vị trí dòng tiếp theo. Điều này không chỉ làm chậm quá trình đọc mà còn làm mỏi mắt độc giả. Sử dụng typeface với set width nhỏ có thể giúp cải thiện phần nào tính dễ đọc cho văn bản rất hẹp này.

Khi một cột văn bản hẹp được căn đều, có thể phát sinh dòng chảy khoảng trắng rất xấu trên văn bản. Điều này không chỉ làm kết cấu trở nên bất thường, mà còn ép từ vào không gian có độ rộng rất thiếu hợp lý.

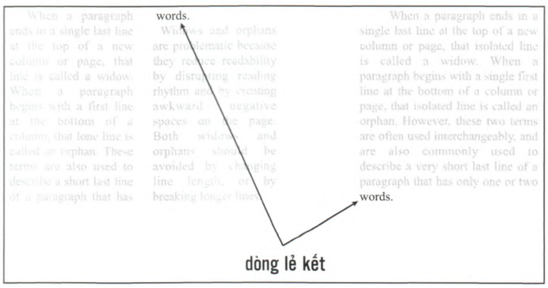
Hình |4-26b|

Khối văn bản với phạm vi dòng rất ngắn, được căn trái (bên trái) và căn đều (bên phải).

Dòng lẻ kết và dòng lẻ đầu

Khi đoạn văn kết thúc với dòng đơn cuối cùng ở trên cùng của một cột hoặc trang mới, dòng cô lập đó được gọi là **dòng lẻ kết (widow)**. Tuy nhiên, thuật ngữ này cũng thường được dùng để miêu tả những dòng cuối cùng rất ngắn của một đoạn văn và chỉ bao gồm từ một đến hai chữ, như minh họa ở Hình 4-27a. Khi đoạn văn bắt đầu với dòng đơn đầu tiên ở dưới cùng của một cột hoặc trang như trên Hình 4-27b, dòng cô lập này được gọi là **dòng lẻ đầu (orphan)**.

Dòng lẻ kết và dòng lẻ đầu đều là những lỗi khó giải quyết, bởi chúng làm giảm tính dễ đọc bằng cách ngắt quãng nhịp độ đọc và tạo ra những khoảng không gian âm gây khó chịu trên trang. Bạn có thể tránh cả lỗi dòng lẻ kết lẫn dòng lẻ đầu bằng cách thay đổi line length (độ dài của dòng chữ), hoặc tách thủ công các dòng dài hơn khác để phân bổ lại văn bản.



Hình |4-27a|

Dòng lẻ kết.



Hình |4-27b|

Dòng lẻ đầu.

Thuật ngữ

căn gióng (alignment): cho thấy mối tương quan giữa văn bản trên trang với lề trang.

căn gióng văn bản bất đối xứng (asymmetrical text alignment): căn gióng văn bản không xét đến lề trái hay lề phải.

căn gióng văn bản chạy vòng quanh đối tượng (runaround text alignment): văn bản bao xung quanh các hình vẽ đồ họa hoặc các thành phần văn bản trong một layout.

căn gióng văn bản theo đường nét (contoured text alignment): văn bản được sắp đặt để tạo ra hoặc lấp đầy một hình dạng cụ thể.

căn gióng văn bản theo hình dạng cụ thể (concrete text alignment): văn bản được tạo thành hình dạng minh họa cho ý tưởng hoặc từ mà văn bản mô tả.

căn gióng văn bản theo khuôn hình (shaped text alignment): văn bản chạy dọc theo một đường cong hoặc một dòng hay hình dạng không theo quy tắc.

dòng chảy khoảng trắng (white river): không gian âm màu trắng bên trong một khối văn bản trông như đang "chảy" xuống trang, thường xuất hiện do word spacing (khoảng cách từ) không thống nhất.

dòng lẻ đầu (orphan): dòng đầu tiên của đoạn văn, bị cô lập tại vị trí dưới cùng của một cột hoặc trang.

dòng lẻ kết (widow): một hoặc hai từ của một đoạn văn, bị cô lập tại vị trí dưới cùng của trang hoặc vị trí trên cùng của một cột hoặc trang mới.

phạm vi dòng (measure): độ dài của một dòng văn bản, còn được gọi là cự ly dòng (line length).

văn bản căn giữa (centered text): căn đều giữa lề trái và lề phải của khối văn bản.

văn bản căn hai lề đều thẳng (justified text): căn đều hai lề trái và phải của khối văn bản.

văn bản căn phải (right-aligned text), còn gọi là **căn thẳng phải/nhấp nhô bên trái (flush right/ragged left):** căn đều lề phải của khối văn bản, nhưng không đều ở lề trái.

văn bản căn trái (left-aligned text), còn gọi là **căn thẳng trái/nhấp nhô bên phải (flush left/ragged right):** căn đều lề trái của khối văn bản, nhưng không đều ở lề phải.

Sử dụng không gian âm trong layout

Khi sắp xếp các thành phần trong một layout, nhà thiết kế không chỉ cần cân nhắc những đối tượng được sắp xếp mà còn phải xét tới cả không gian âm (negative space) bao quanh các đối tượng đó. Tạo ra không gian âm cuốn hút có thể đem lại cảm giác nhẹ nhàng và tăng sức hấp dẫn cho bản thiết kế.

Mặt khác, một thiết kế với không gian âm vụng về sẽ truyền tải cảm giác không hài hòa và làm giảm tính dễ đọc. Điều này không có nghĩa rằng không gian âm phải luôn thu hút. Thi thoảng, nhà thiết kế chủ ý sử dụng không gian âm vụng về, nhằm tạo cảm giác không thoải mái cho người xem. Tuy nhiên, một nhiệm vụ mà nhà thiết kế luôn phải thực hiện là dàn xếp sự cân bằng thích hợp giữa tính dễ đọc và phong cách, dựa trên mục đích cũng như đối tượng khán giả mục tiêu của từng thiết kế cụ thể.

Khi nhà thiết kế sắp xếp letterform, hình dạng và kích thước của không gian âm trở nên đặc biệt quan trọng đối với cả tính dễ đọc lẫn tính rõ ràng. Quyết định liên quan đến *letterspacing* hay *tracking* (*điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc đoạn văn bản), kerning (điều chỉnh khoảng cách giữa hai ký tự liền kề), word spacing (khoảng cách từ) và leading (khoảng cách dòng)* thường để lại tác động mạnh mẽ lên tính dễ đọc của bất cứ thiết kế nào có chứa văn bản.

Letterspacing, tracking và kerning

Letterspace là khoảng cách giữa hai chữ cái trong một từ. Thuật ngữ tracking và kerning mô tả các cách cụ thể dùng để điều chỉnh letterspace. Thuật ngữ **letterspacing** thường được dùng để mô tả tập hợp letterspace giữa các chữ trong một chuỗi (string) hoặc khối (block) văn bản, nhưng cũng có thể được dùng để thay thế cho thuật ngữ tracking.

Tracking xảy ra khi letterspace tăng hoặc giảm không đổi trong mỗi chuỗi văn bản. Typeface có thể được áp dụng tracking để có letterspacing rộng hoặc letterspacing hẹp. Mở rộng hoặc thu hẹp letterspacing ở mức vừa phải có thể hữu ích đối với việc làm cho typeface trở nên thích ứng với phạm vi dòng của văn bản rất ngắn hoặc rất dài. Tuy nhiên, cả hai đều gây khó đọc trong các đoạn văn dài.

Hình |4-28a|

Khối văn bản có letterspacing quá rộng.

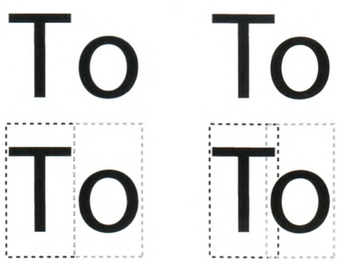
L e t t e r s p a c i n g r ộ n g n h ư t h ế n à y c ó t h ể g â y k h ó đ ọ c , d o c á c c h ữ c á i c á c h n h a u q u á x a k h i ế n v i ệ c n h ậ n d i ệ n t ừ t r ở t h à n h m ộ t t h á c h t h ứ c .

Hình |4-28b|

Khối văn bản có letterspacing ép chặt.

Letterspacinghẹpcũnggâykhóđọc,dokhônggianâmbịthunhỏgiữacácchữcáicóthểgây mỏimắtvàkhiếnviệcnhậndiệntừtrởnênkhókhăn.

Thông thường, mức letterspacing trung bình sẽ dễ đọc và rõ ràng nhất, nhưng điều quan trọng nhất là letterspacing phải luôn nhất quán. Letterspacing không nhất quán có thể khiến người đọc nhầm lẫn về các chữ cái trong một từ, đồng thời tạo ra một tạo hình bề mặt (visual texture) thiếu đồng nhất. Tuy nhiên, thi thoảng cũng cần áp dụng tracking hoặc kerning cho các ký tự liền kề để letterspacing trông đều nhau hơn.



Hình |4-29|

Chữ không có tracking (bên trái) và chữ có tracking (bên phải).

Kerning xảy ra khi letterspace giữa hai ký tự riêng biệt bị thay đổi. Kerning cần thiết khi các letterform liền kề bị sắp xếp cạnh nhau không hợp lý, tạo ra một letterspace lớn hoặc nhỏ bất thường. Ví dụ, các ô vẽ bằng nét đứt và chấm chấm ở Hình 4-29 cho thấy các chữ cái ở hình bên phải đã được di chuyển lại gần nhau hơn như thế nào và lấn vào không gian thật sự của nhau ra sao. Hãy để ý chữ **To** ở bên trái trông vụng về hơn khi chưa được áp dụng kerning cho hai chữ **T** và **o**. Có điều này là do hình dạng của những chữ cái đặc biệt này đã để lại một khoảng không gian âm lớn giữa chúng. Kỹ thuật kerning khiến các ký tự lấn vào không gian của nhau, đồng thời giúp việc đọc các ký tự khi ghép thành một từ hoàn chỉnh trở nên dễ dàng hơn.

Word spacing

Có lẽ bạn sẽ không ngạc nhiên khi biết rằng thuật ngữ **word spacing** để cập đến khoảng cách giữa các từ liền kề trong một chuỗi hoặc khối văn bản. Word spacing có thể rộng hoặc hẹp. Thỉ thoảng, nhà thiết kế không sử dụng word spacing, nhưng điều này thường gây khó khăn cho việc đọc, như minh họa ở Hình 4-30.

Cũng như với letterspacing, word spacing nhất quán với độ rộng bằng chữ **i** thường nhìn chung sẽ dễ đọc nhất đối với hầu hết các font, mặc dù một số chữ Sans-serif sử dụng độ rộng khoảng cách mặc định lớn hơn một chút, gần bằng chữ **r** thường. Khi word spacing quá rộng, độc giả phải tìm từ tiếp theo trong câu. Khi word spacing quá hẹp, độc giả sẽ khó nhận biết từ đó bắt đầu và kết thúc ở đâu, làm giảm tốc độ đọc và khả năng lĩnh hội.

word spacing có thể rộng

word spacing có thể hẹp

cóthểkhôngsửdụngwordspacing

Hình |4-30|

Phạm vi dòng văn bản với word spacing rộng, hẹp và không sử dụng word spacing.

Leading

Một **leading** (khoảng cách giữa các dòng chữ liên tiếp) thích hợp đóng vai trò rất quan trọng đối với tính dễ đọc. Khi các dòng cách xa nhau, người đọc có thể gặp khó khăn trong việc tìm dòng tiếp theo, đồng thời tốc độ đọc bị chậm lại.

Hình |4-31a|

Khối văn bản với khoảng leading quá rộng.

Khi các dòng quá gần nhau, dòng kế tiếp sẽ cản trở và khiến độc giả bị phân tán khỏi những từ mà họ đang cố gắng đọc.

Hình |4-31b|

Khối văn bản với khoảng leading được rút ngắn.

Nếu không có khoảng line spacing đặc biệt nào được thêm vào giữa các dòng của một bản văn, chúng ta gọi đây là **solid leading**.

Hình |4-31c|

Khối văn bản với solid leading.

Tuy nhiên, hầu hết các chương trình xuất bản trên máy tính đều tự động thêm vào khoảng leading có giá trị mặc định là 20% kích thước point của typeface, có thể được nhà thiết kế điều chỉnh bằng tay.

Sự tác động lẫn nhau giữa leading, word spacing và letterspacing rất quan trọng. Khi một yếu tố bị điều chỉnh, hai yếu tố còn lại sẽ bị thay đổi theo bởi chúng có liên quan đến nhau. Hãy cẩn trọng với các đoạn văn dài để đảm bảo word spacing của bạn không bao giờ lớn hơn leading, nếu mục đích bạn nhắm tới là tính dễ đọc. Quan sát Hình 4-32 để thấy rõ một tỷ lệ thiếu hợp lý trông vụng về, khó coi như thế nào.

Hình |4-32|

Khối văn bản với tỷ lệ leading, word spacing và letterspacing không hợp lý.

Đoạn văn này cho thấy tỷ lệ thiếu hợp lý giữa leading, word spacing và letterspacing. Đoạn văn này cho thấy tỷ lệ thiếu hợp lý giữa leading, word spacing và letterspacing. Đoạn văn này cho thấy tỷ lệ thiếu hợp lý giữa leading, word spacing và letterspacing.

Độc giả của bạn

Nếu muốn thiết kế của bạn thực sự dễ đọc, hãy đặt mình vào vị trí của độc giả. Bất cứ thiết kế nào làm mệt mỏi cũng như gây khó chịu cho độc giả đều có thể làm giảm khả năng lĩnh hội của độc giả và chắc chắn sẽ cản trở thông điệp mà bạn muốn truyền tải đến họ.

Khía cạnh sinh lý học của việc đọc: Độ tập trung của mắt và sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc

Hiểu được vấn đề sinh lý học trong cách chúng ta đọc có thể giúp các nhà thiết kế tạo ra những thiết kế phục vụ trải nghiệm công thái học của độc giả. Mắt của chúng ta khi đọc văn bản là một chuỗi trạng thái lướt mắt và tạm dừng. Khi đọc qua các dòng của một văn bản, chúng ta nhận diện được những từ và letterform có hình dạng quen thuộc. Sau đó, mắt chúng ta sẽ nghỉ để tập trung, trong khi não sẽ đồng hóa và biên dịch thông tin mới. Mắt người thường có thể lướt nhanh qua đoạn văn bản dài 4 inch trước khi phải tập trung trở lại.

Ngoài ra, những người sử dụng ngôn ngữ chính là một ngôn ngữ phương Tây, như tiếng Anh chẳng hạn, đã học được cách đọc các dòng văn bản đi từ trái sang phải và từ trên xuống dưới. Họ đã hình thành thói quen đọc chủ yếu như vậy, nên bất cứ hướng đọc hay layout nào đi ngược với lộ trình trên đều sẽ làm suy giảm tính dễ đọc. Thói quen tự nhiên này của cơ thể con người đóng vai trò rất quan trọng đối với việc độc giả có đọc và lĩnh hội được một thiết kế hay không; chúng ta gọi khái niệm này là **sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity)**.

Chính tả

Pleeze chk yrrr spelleg. Readrs' wount taik yoo seriously if yoo mispell werds in yer dezines (*đây là dòng tác giả cố tình viết sai chính tả, có thể tạm hiểu là "Hãy kiểm tra lại lỗi chính tả. Độc giả sẽ chỉ trích bạn kịch liệt nếu bạn đánh vần sai các từ trong thiết kế của mình"*) - và đừng tin rằng các chương trình kiểm tra chính tả (spellchecker) của chương trình soạn thảo văn bản sẽ sửa lỗi giúp bạn. Their our mini words in thee in goulash long which that have multi pal spell links (*đây cũng là dòng tác giả cố tình viết sai chính tả*). ***Chương trình kiểm tra chính tả sẽ không phát hiện được đâu!***

Bên cạnh việc làm giảm độ đáng tin cậy đối với độc giả, các từ viết sai chính tả trong một bản thiết kế có thể gây nhầm lẫn cho họ, hoặc thậm chí cung cấp những thông tin sai lệch. Mỗi từ viết sai gần như khiến độc giả phải tạm dừng lại để giải mã ý nghĩa của từ chính xác mà nhà thiết kế muốn đề cập, làm chậm quá trình đọc và gây ức chế cho họ.

Thuật ngữ

kerning: điều chỉnh letterspace giữa hai ký tự liền kề của chữ.

leading/line spacing: khoảng cách giữa hai phạm vi dòng chữ liên tiếp trên một trang hoặc layout.

letterspace: khoảng cách giữa hai chữ cái trong một từ.

letterspacing (tracking): 1. tập hợp letterspace bên trong một chuỗi hoặc khối văn bản; 2. điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

solid leading: các phạm vi dòng liên tiếp của chữ khi chưa thêm leading vào giữa chúng.

sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity): hiện tượng mô tả thói quen đọc về mặt vật lý của độc giả tác động ra sao đến xu thế định hướng của họ khi gặp một trang hoặc layout.

tracking (letterspacing): điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

word spacing: khoảng cách giữa các từ liền kề trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Tính rõ ràng và tính dễ đọc đóng vai trò rất quan trọng trong việc truyền tải thông điệp mà bạn muốn nhắn gửi tới đối tượng khán giả mục tiêu. Các chữ cái không rõ ràng có thể gây khó khăn cho độc giả trong việc nhận diện chúng, điều này làm chậm quá trình đọc và gây ức chế cho họ. Nếu một thiết kế không dễ đọc, người xem sẽ khó bề phát hiện và lĩnh hội thông tin mà họ tìm kiếm. Cả tính rõ ràng lẫn tính dễ đọc đều có thể chịu ảnh hưởng rất lớn từ những lựa chọn của nhà thiết kế, liên quan đến khía cạnh tạo hình cũng như tính lân cận của chữ, từ và các dòng văn bản. Nền và không gian âm giữa các văn bản cũng như bên trong văn bản cũng đóng vai trò rất quan trọng đối với tính rõ ràng và tính dễ đọc. Thiết kế phải thân thiện với người dùng để có thể đọc được; nghĩa là, chúng phải dễ định hướng và có xét đến trải nghiệm, thói quen đọc cũng như vấn đề sinh lý học của độc giả.

Ôn tập

1. Giải thích sự khác nhau giữa tính rõ ràng và tính dễ đọc.
2. Nêu tên ba yếu tố ảnh hưởng đến tính rõ ràng và giải thích cách thức ảnh hưởng của những yếu tố này.
3. Nêu tên ba yếu tố ảnh hưởng đến tính dễ đọc và giải thích cách thức ảnh hưởng của những yếu tố này.
4. Sự khác nhau giữa tracking và kerning?
5. Màu sắc và quang độ/độ đậm nhạt ảnh hưởng đến tính dễ đọc ra sao? Hòa sắc chữ ảnh hưởng đến tính dễ đọc như thế nào? Kể tên một sự kết hợp, pha trộn có tính dễ đọc cao và một sự kết hợp, pha trộn với tính dễ đọc thấp.

Bài tập

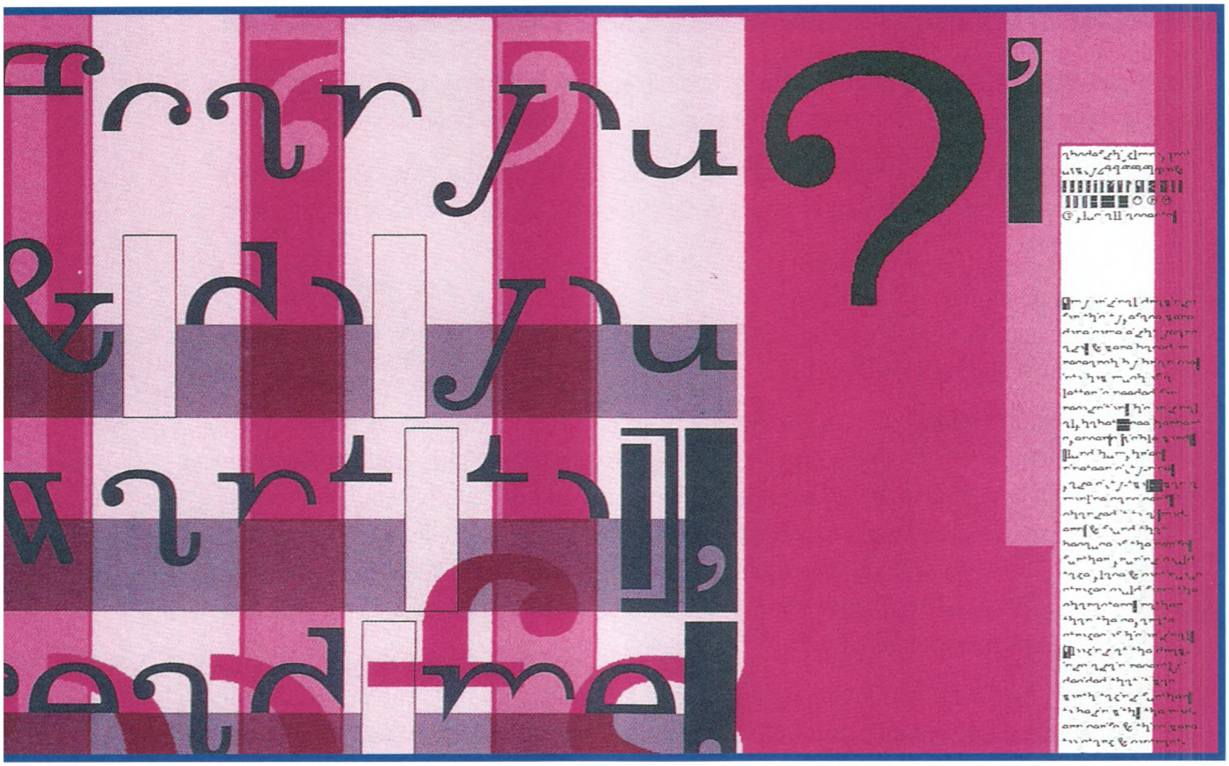
1. Khám phá một hoặc nhiều khu mua sắm với một chiếc máy ảnh, hãy chụp những bức ảnh thể hiện tính dễ đọc thấp. Cân nhắc xem bạn có thể làm gì để cải thiện mỗi bức ảnh này.

2. Tìm ba ví dụ về thiết kế cho mỗi kiểu căn gióng thảo luận ở chương này. Cân nhắc xem mỗi lựa chọn căn gióng ảnh hưởng như thế nào đến tính rõ ràng và/hoặc tính dễ đọc của từng layout.

3. Tìm một mẩu quảng cáo có tính dễ đọc thấp. Tạo danh sách những thay đổi có thể thực hiện để cải thiện tính dễ đọc của thiết kế này. Sau đó, tạo lại mẫu quảng cáo, thực hiện từng thay đổi mà bạn vừa liệt kê.

4. Chọn một trang từ một tạp chí bao gồm những phần có chứa văn bản với kích thước/kiểu font đa dạng. Chọn một trang chỉ có văn bản mà không có hình ảnh. Xác định kiểu hòa sắc chữ phù hợp với từng khối văn bản. Sử dụng thuốc màu hoặc bút chì màu, thiết kế lại layout bằng cách trình bày các phần chứa văn bản với những vùng màu xám, mô phỏng chính xác kiểu hòa sắc chữ với mỗi khối văn bản tương ứng. *Mẹo: Đứng sau trang giấy và nghiêng người sẽ giúp bạn xác định một độ đậm nhạt phù hợp tương ứng với kiểu hòa sắc chữ được thể hiện ở thiết kế gốc.*

5. Chọn một bức ảnh chân dung của bản thân, hoặc một ai đó bạn biết, hay một ai đó nổi tiếng. Tăng kích thước của bức ảnh (nếu cần) để kích thước chiều rộng của mặt ảnh đạt tối thiểu 6 inch. Lần theo bức ảnh, chia ảnh thành các phần dựa trên hòa sắc chữ, sau đó cắt những phần chứa văn bản từ các tạp chí để mô phỏng mức độ biến đổi màu xám trong bức ảnh của bạn. Dán những phần này lên giấy Bristol để tạo ra một bức chân dung mới.



Tác phẩm được Phil Baines thiết kế cho tờ Fuse, *số phát hành đầu tiên, Vương quốc Anh, 1991.*

CHƯƠNG 5

Mục tiêu bài học

- Hiểu được tầm quan trọng và mục đích của layout (bố cục dàn trang).
- Xem xét mối quan hệ giữa hình thức (form) với nội dung (content).
- Tìm hiểu và học cách áp dụng các Luật Gestalt.
- Nắm rõ biểu đồ thị giác (visual hierarchy) của các thành phần thiết kế (design element).
- Tìm hiểu cách sử dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh (emphasis) để dẫn dắt khán giả thông qua layout.
- Tìm hiểu cách tạo ra những thiết kế tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity).
- Làm quen với các mục chữ (typographical device) được sử dụng trong layout.

Giới thiệu

Khi đưa ra quyết định về vị trí đặt văn bản và các đối tượng lên trên một trang, có nghĩa là bạn đang tạo một **layout** (**bố cục dàn trang**). Làm sao để layout do bạn thiết kế có thể gây ảnh hưởng mạnh mẽ, bất kể bạn có truyền đạt được thông điệp của mình tới khán giả hay không?

Layout hiệu quả giúp khán giả của bạn:

- Chú ý và quyết định khám phá thiết kế của bạn.
- Có được những thông tin mà họ đang tìm kiếm.
- Thấu hiểu được thông tin bạn thể hiện.
- Nán lại đủ lâu để tiếp nhận toàn bộ những mẩu tin mà bạn muốn truyền đạt.

Tạo ra một layout dễ hiểu, nắm bắt và thu hút được sự chú ý của khán giả, định hướng họ thông qua thiết kế một cách hiệu quả là điều thiết yếu giúp nhà thiết kế tiến tới mục tiêu cuối cùng trong truyền thông thị giác (visual communication).

HÌNH THỨC VÀ NỘI DUNG

Mỗi layout có hai thành phần cạnh tranh nhau, yêu cầu bạn phải bố trí để tạo nên một thiết kế phù hợp, hiệu quả nhất: Đó là hình thức (form) và nội dung (content).

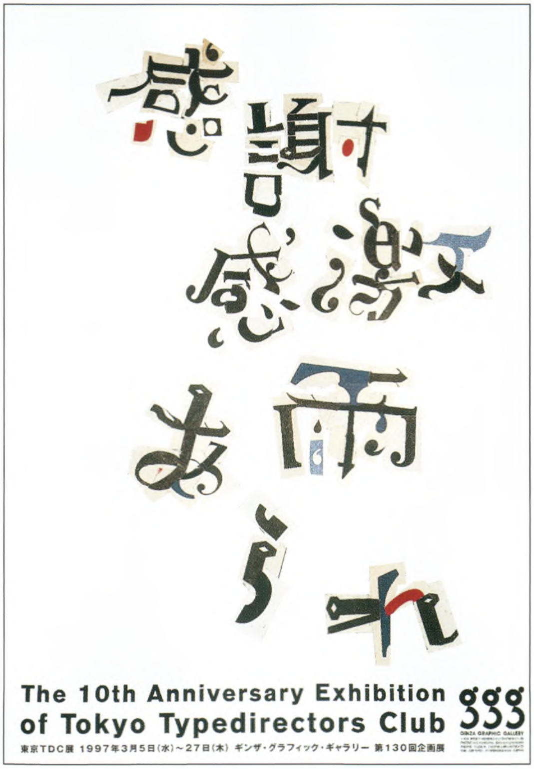
Hình thức của layout đề cập đến diện mạo bên ngoài của layout. Sự cân bằng (balance), tính thống nhất (unity), sự tương phản (contrast), màu sắc (color), độ đậm nhạt (value), cấu trúc bề mặt (texture) - tất cả đều mô tả những đặc điểm khác nhau về hình thức của một thiết kế.

Nội dung của layout đề cập đến thông điệp hay thông tin bao hàm trong layout và được truyền tải bằng thiết kế. Nội dung của một layout có thể dùng để giảng dạy, khuyên nhủ, buôn bán, thuyết phục, cung cấp thông tin hay biểu thị tâm trạng. Có thể biểu diễn nội dung dưới dạng văn bản (text), biểu tượng (symbol) hay hình ảnh (image).

Cả hình thức lẫn nội dung đều truyền tải ý nghĩa, như minh họa ở Hình 5-1. Ngay cả khi không thể đọc được các chữ trong văn bản này, bạn vẫn có thể cảm nhận được sự thư thái, tươi vui và tâm trạng thất thường hàm chứa trong thông điệp.

Hình |5-1|

Poster quảng cáo cho Triển lãm Nghệ thuật Đồ họa chữ Quốc tế (TDC[1]) ở Tokyo năm 1997. *Đồ họa: Fumio Tachibana, Thiết kế: Katsunori Aoki.*



[1] TDC: Viết tắt của Type Directors Club, là tổ chức quốc tế hàng đầu hỗ trợ các lĩnh vực từ đồ họa chữ, in ấn đến hiển thị màn ảnh.

Và giờ, hãy quan sát thiết kế được minh họa ở Hình 5-2. Có thể bạn không đọc được các ký tự trên đó, nhưng cấu trúc nghiêm túc của thiết kế truyền tải tới bạn một thông điệp điềm tĩnh và thận trọng.



Hình |5-2|

Poster của Alan Chan. *Ảnh do Alen Chan của Công ty Thiết kế Alan Chan cung cấp.*

Cuối cùng, hãy quan sát thiết kế được minh họa ở Hình 5-3. Trong ví dụ này, thiết kế biểu thị sự giận dữ, vẻ hung tợn, mặc dù người đọc có thể không hiểu nội dung của văn bản trên đó. Đây là kết quả thu được từ việc nhà thiết kế truyền tải ý nghĩa bằng cả hình thức lẫn nội dung.



Hình |5-3|

Poster của Koichi Sato thuộc studio Thiết kế Koichi Sato, 1998.

Hãy quan sát các mẫu logo ở Hình 5-4. Trong mỗi ví dụ này, nhà thiết kế tạo ra sự tương phản giữa hình thức và nội dung, nhằm khơi gợi sự tương tác từ khán giả. Liệu cách làm này có phát huy tác dụng?

Hình |5-4|

Logo với các thiết kế typeface tương phản với nội dung. Font được sử dụng: Down Under Heavy, *do Công ty BA Graphics cung cấp*; Reforma Grotesk Light, *do Công ty Thiết kế chữ Paratype* (www.paratype.com) *cung cấp*; Ransahoff CT, *do Công ty Thiết kế chữ CastleType* (www.castletype.com) *cung cấp*; Bokonon, *do Công ty Thiết kế chữ Cool Fonts* (www.cool-fonts.com) *cung cấp*; Viscosity, *do Công ty Thiết kế chữ Fontboy* (www.fontboy.com) *cung cấp*; và Prick, *do Công ty Thiết kế chữ Burghal* (www.burghal.com) *cung cấp*.

The

Skinny

and

WIDE LOAD

Show

Clean and Tidy

Maid Service

|GHI CHÚ|

Khi khách hàng hỏi về lý do đưa ra một lựa chọn đặc trưng cho thành phần nào đó trong layout của bạn, bạn luôn muốn được chuẩn bị trước những câu trả lời thấu đáo. Nếu xem xét cẩn thận mỗi quyết định về hình ảnh do mình tạo ra, điều bạn cần làm là chuẩn bị cho các câu trả lời nêu trên.

Nhà thiết kế là người quyết định mối quan hệ giữa hình thức và nội dung của từng thành phần trong layout. Họ phải đưa ra quyết định tỉnh táo và khôn ngoan về mỗi khía cạnh của layout. Đôi khi, nhà thiết kế sử dụng sự thống nhất (Hình 5-5a) và thi thoảng, họ lại áp dụng sự tương phản (Hình 5.5-b), tùy thuộc vào phản ứng mà họ đang cố gắng có được từ độc giả.

Hình |5-5a|

SMALL

Ý nghĩa của từ SMALL (NHỎ) phù hợp với tính chất vật lý nhỏ bé của từ này.

Hình |5-5b|

SMALL

Ý nghĩa của từ SMALL (NHỎ) tương phản với tính chất vật lý to lớn của từ này.

Mức độ quan tâm của độc giả

Khi mức độ quan tâm của độc giả đối với nội dung layout tăng lên thì yêu cầu về tính hiệu quả của hình thức giảm đi, và ngược lại.

Ví dụ, nếu Joe - một người bạn của bạn bị thất nghiệp, Joe có thể đọc các mẩu tin quảng cáo rao vặt tìm việc trên báo, bất kể cậu ấy nhận thấy layout trông rất chán hay lôi cuốn. Joe có động lực đọc layout trên bởi vì cậu cần một công việc.

Nhà thiết kế sắp xếp bố cục cho các mẩu quảng cáo rao vặt này nhận thức được điều đó, nên họ có thể tạo ra những layout lưu trữ được không gian và tiết kiệm tiền cho tờ báo mà vẫn biết chắc rằng kiểu gì độc giả cũng sẽ đọc nó. Mặt khác, nhà thiết kế phải xem xét cẩn thận hình thức của layout khi thiết kế quảng cáo cho một sản phẩm hay dịch vụ trong cùng tờ báo, bởi người đọc gần như sẽ bỏ qua nếu nó không tạo được sức hấp dẫn về mặt thị giác.

Hãy xem xét một ví dụ nữa về chính bạn. Có lẽ bạn là người quan tâm đến bộ môn typography, nếu không bạn đã không đọc cuốn sách này. Mặt khác, có thể bạn còn nhiều mối quan tâm và trách nhiệm khác. Nhà thiết kế tạo layout cho cuốn sách này đã đưa ra những quyết định như thế nào về mối liên hệ giữa hình thức và nội dung để giữ được sự quan tâm của bạn, đồng thời giúp bạn định hướng thông qua cuốn sách?

GHI CHÚ

Tất nhiên, mối quan tâm hàng đầu đối với nhà thiết kế luôn là vấn đề truyền thông. Chỉ làm hài lòng về mặt thị giác không thôi chưa đủ; thiết kế chỉ thực sự thành công khi truyền tải hữu hiệu thông điệp mà bạn định gửi tới khán giả.

HỆ TÂM LÝ GESTALT VÀ CÁC THÀNH PHẦN LAYOUT

Vào thập niên 1920 của thế kỷ 19, nhà tâm lý học người Đức tên là Max Wertheimer đã phát triển một tập hợp lý thuyết về cách thức chúng ta tổ chức và tạo ra ý nghĩa cho các nhân tố kích thích thị giác (visual stimulus). Ông gọi tập hợp lý thuyết này là hệ tâm lý Gestalt, hay còn gọi là tâm lý học Gestalt (Gestalt psychology); trong tiếng Đức, "gestalt" có nghĩa là "hình" ("form") hoặc "dạng" ("shape"). Wertheimer nhận ra rằng, mắt chúng ta thu nhận sóng ánh sáng phản xạ để tạo thành hình dạng, cấu trúc bề mặt, màu sắc, độ đậm nhạt - và đến lượt não chúng ta phiên dịch những phần này của ánh sáng thành đối tượng (object), biểu tượng (symbol) mà chúng ta có thể hiểu được.

Hiểu được hệ tâm lý Gestalt sẽ rất hữu dụng cho nhà thiết kế, vì hệ này cung cấp cái nhìn sâu sắc về cách người xem nhận thức được những layout mà họ nhìn thấy. Các Luật Gestalt là những lý thuyết do Wertheimer đề xuất, diễn giải quá trình não bộ của chúng ta xử lý đầu vào trực quan (visual input) bằng cách nhóm các đối tượng lại theo cách có thể tạo ra ý nghĩa. Những luật này phát triển ý tưởng của Wertheimer, cho rằng các nhóm đối tượng do bộ não tập hợp sẽ hình thành một ý nghĩa mới sâu sắc hơn, hay như Wertheimer khẳng định: "Cái toàn thể lớn hơn tổng các thành phần" ("The whole is greater than the sum of its parts").

Cái toàn thể lớn hơn tổng các thành phần

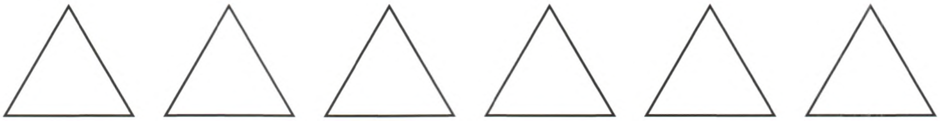
Giả sử bạn có vài quả trứng, đường, bột và bơ - bạn có một nhóm các thành phần, nhưng khi bạn trộn lẫn những thành phần này với nhau, chúng có thể biến thành một chiếc bánh sinh nhật. Ý nghĩa của chiếc bánh sinh nhật đối với người nhận lớn hơn nhiều so với tập hợp các thành phần ngẫu nhiên; chiếc bánh chứa đựng ý nghĩa xã hội, tình cảm cũng như biểu tượng - và cũng rất ngon nữa!

Đây chính là điều Wertheimer nhắc tới khi ông nói rằng cái toàn thể tốt hơn tổng các thành phần. Đây là ý kiến trọng yếu của tâm lý học Gestalt.

Bây giờ, hãy xem xét một ví dụ trực quan. Ở Hình 5-6a, bạn thấy có sáu hình tam giác, chúng dường như không chứa đựng nhiều ý nghĩa đối với bạn, ngoài những liên tưởng toán học trông rất hợp lý.

Hình |5-6a|

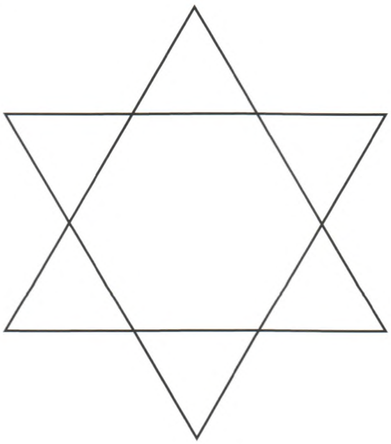
Sáu hình tam giác trên một hàng.



Tuy nhiên, khi các hình tam giác được nhóm lại như trong Hình 5-6b, chúng ta có thể nhận diện nhóm dưới hình ảnh của một ngôi sao, hoặc một ngôi sao David (ngôi sao sáu cánh của người Do Thái có hai tam giác lồng vào nhau), hoặc một biểu tượng nhóm đương thời, tùy vào lĩnh vực mà chúng ta trải nghiệm. Cũng với sáu hình tam giác này, nếu được nhóm theo một cách đặc trưng nào đó, sẽ hàm chứa rất nhiều ý nghĩa xã hội và lịch sử.

Hình |5-6b|

Sáu hình tam giác được sắp xếp lại thành hình một ngôi sao David.



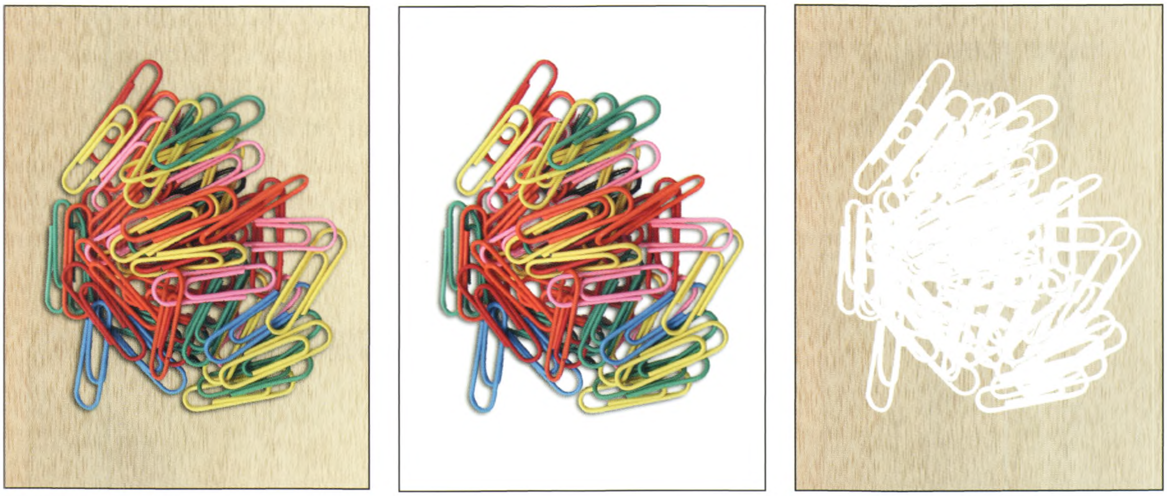
Hình và nền

Weitheimer cũng hiểu rằng, não bộ chúng ta có xu hướng chia các đối tượng nhận thức được thành hai loại chính: Hình (figure) và nền (ground). Hình đề cập đến đối tượng chúng ta đang nhìn; nền nói đến hậu cảnh (background) ở đằng sau đối tượng.

Chúng ta thường quan tâm đến hình. Nếu tôi yêu cầu bạn vẽ một chiếc kẹp giấy, có lẽ bạn chỉ vẽ kẹp giấy mà không vẽ nền mình nhìn thấy phía sau chiếc kẹp. Tuy nhiên, nhà thiết kế phải quan tâm đồng đều tới cả hình lẫn nền của mỗi layout, bởi hình và nền khớp nhau như trò chơi xếp hình (puzzle) - một cái chỉ tồn tại được khi có liên hệ với cái còn lại - và cả hai đều ảnh hưởng tới cách khán giả lĩnh hội bản thiết kế.

Nhà thiết kế cũng như các nghệ sỹ thường nói về hình và nền theo thuật ngữ của không gian âm và không gian dương - trong đó, không gian dương là hình, còn không gian âm là nền.

Hình 5-7a minh họa bức tranh những chiếc kẹp giấy đặt trên mặt bàn. Kẹp giấy ở Hình 5-7b là không gian dương, hay hình. Chiếc bàn ở Hình 5-7c là không gian âm, hay nền. Mỗi đối tượng cùng tồn tại trong mối quan hệ với đối tượng còn lại. Chúng ta có thể thích những chiếc kẹp giấy hơn nhưng nếu không có cái bàn, những chiếc kẹp giấy dường như đang trôi nổi trong hư vô (xem hình ảnh minh họa ở Hình 5-7b).

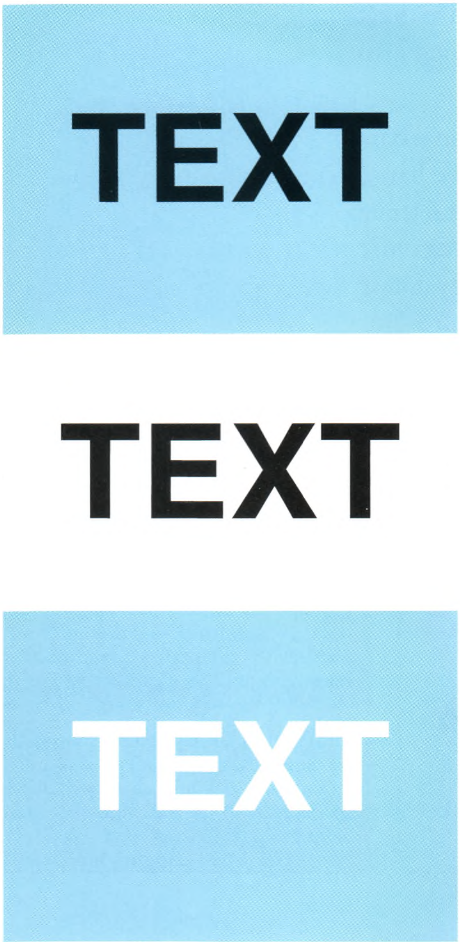


Thuật ngữ

layout: sự sắp đặt văn bản và các đối tượng lên trên một trang.

Hình |5-7|

Bên trái (a): Kẹp giấy trên mặt bàn.
Ở giữa (b): Không gian dương, hay hình.
Bên phải (c): Không gian âm, hay nền.

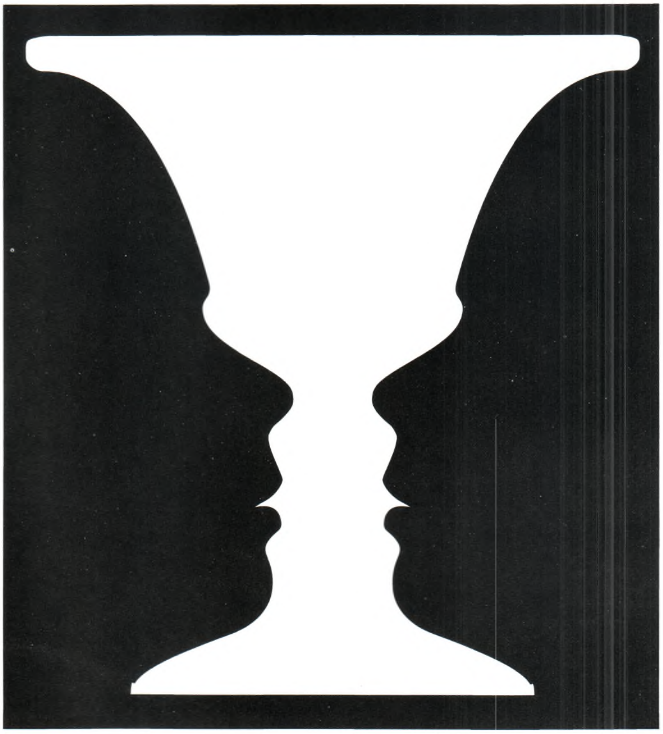


Hình |5-8|

Bên trên (a): Văn bản trên nền có màu nhẹ.
Ở giữa (b): Không gian dương, hay hình.
Bên dưới (c): Không gian âm, hay nền.

Bây giờ, hãy xem xét Hình 5-8a. Với trường hợp này, văn bản là không gian dương, hay hình, như trên Hình 5-8b; trong khi đó, hậu cảnh là không gian âm, hay nền, như minh họa ở Hình 5-8c. Lưu ý, nếu luân phiên tập trung vào hình và nền, chúng ta có thể đánh giá riêng từng đối tượng và đưa ra những thay đổi hợp lý.

Đến đây, mời bạn quan sát Hình 5-9. Đầu tiên, hãy tập trung vào bình hoa màu trắng, coi đó như là hình và coi vùng màu đen phía sau bình hoa là nền. Sau đó, hãy tập trung vào hai khuôn mặt màu đen đang hôn nhau được vận dụng kỹ thuật cắt lọc đối tượng (silhouette), xem như đó là các hình và coi vùng màu trắng phía sau chúng là nền. Khi bộ não của bạn chuyển đổi nhận thức về bức ảnh này, lưu ý rằng rất khó để đồng thời coi cả bình hoa lẫn hai khuôn mặt là hình, hoặc cũng không dễ để đồng thời coi cả vùng màu trắng lẫn vùng màu đen là nền. Bộ não của bạn muốn định rõ hình ra khỏi nền, nhằm đơn giản hóa và dễ tạo ý nghĩa hơn cho đối tượng bạn đang quan sát.



Hình |5-9|

Ảo giác/ảo ảnh thị giác (optical illusion) của khuôn mặt hay bình hoa.

Các Luật Gestalt

Các Luật Gestalt (Gestalt Law) - những lý thuyết do Max Wertheimer đề xuất - lý giải nhiều cách thức khác nhau mà bộ não dùng để nhóm các hình dạng, màu sắc, cấu trúc bề mặt được mắt chúng ta nhìn thấy lại, nhằm hình thành ý nghĩa cho những nhân tố kích thích thị giác.

Luật Cân bằng

Một lý thuyết tương tự như lý thuyết của Wertheimer, Luật Cân bằng (Law of Equilibrium), nói rằng bộ não của chúng ta ưa thích sự đơn giản (simplicity), ổn định (stability) và liên kết (cohesion). Điều này có nghĩa là, chúng ta thích tìm hiểu những thứ mình nhìn thấy. Khi bộ não không thể tạo ra ý nghĩa cho nhân tố kích thích mới, chúng ta có thể cảm thấy mơ hồ, lo lắng và rơi vào trạng thái căng thẳng. Vì từ "equilibrium" có nghĩa là "nghỉ ngơi" ("at rest") hoặc "cân bằng" ("balanced"), nên Luật Cân bằng nói rằng chúng ta cảm thấy cân bằng và thỏa mãn hơn khi hiểu rõ những thứ mà bản thân cảm nhận được. Do đó, bộ não chúng ta cố gắng biến thế giới của chúng ta trở nên đơn giản và dễ nhận biết hơn, bằng cách nhóm các đối tượng thành những tập hợp thông tin quen thuộc, có thể nhận diện được.

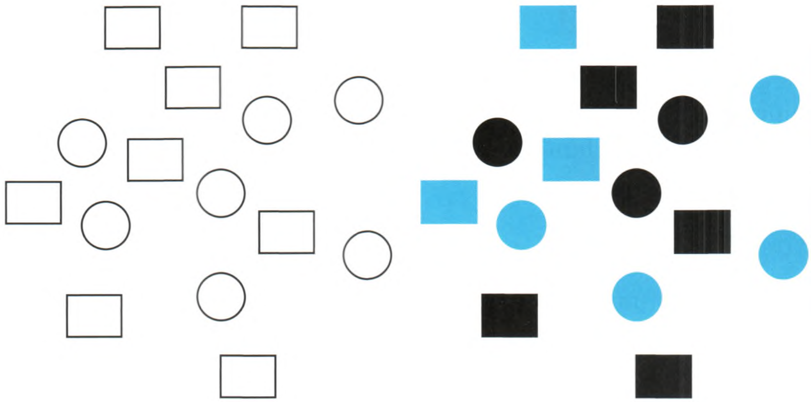
Vậy, bộ não nhóm các thông tin thị giác mà nó nhận được từ mắt của chúng ta bằng cách nào? Tâm lý học Gestalt cho rằng, bộ não làm được như vậy theo năm Luật Gestalt cơ bản:

- Luật Tương đồng (Law of Similarity).
- Luật Lân cận (Law of Proximity).
- Luật Số mệnh chung (Law of Common Fate).
- Luật Đóng kín (Law of Closure).
- Luật Liên tục (Law of Continuation).

Trong những trang tiếp theo, chúng ta sẽ tìm hiểu từng Luật Gestalt nêu trên và học cách áp dụng các luật này để làm việc với chữ.

Luật Tương đồng

Luật Tương đồng (Law of Similarity) khẳng định rằng, não chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng trông giống nhau lại. Ví dụ, bạn có thể chỉ tập trung vào các hình tròn, hoặc chỉ tập trung vào những hình vuông ở bên trái Hình 5-10 không? Hãy thử nhé!

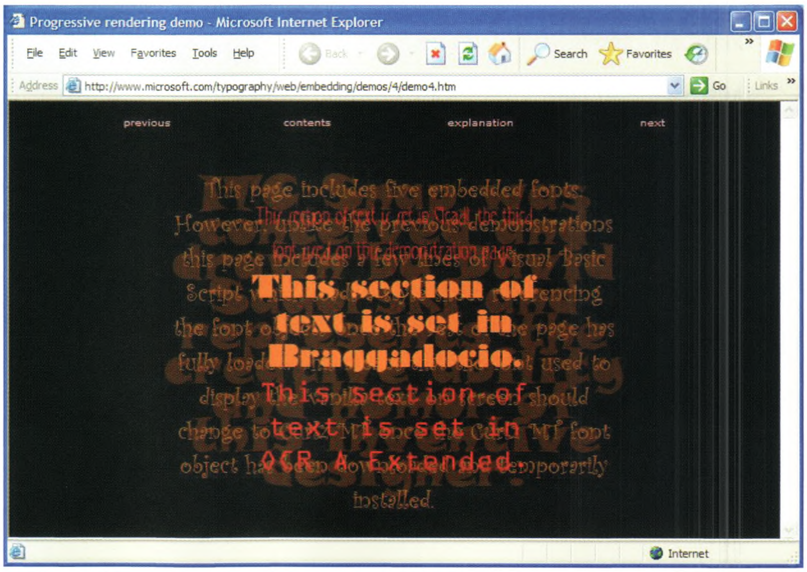


Hình |5-10|

Luật Tương đồng khiến chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng lại với nhau, dựa theo những đặc tính tạo hình chung.

Bây giờ, hãy thử chỉ tập trung sự chú ý của bạn vào các đối tượng màu đen, sau đó là những hình màu xanh lam ở bên phải Hình 5-10b.

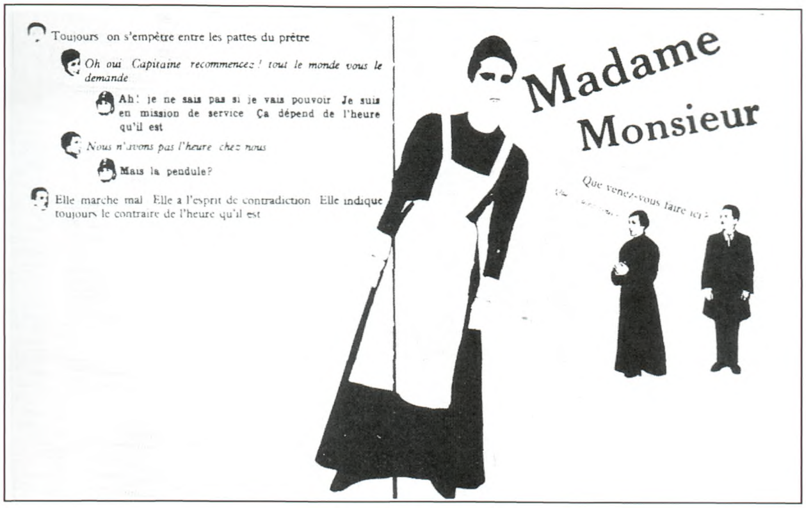
Trong Hình 5-11, bạn có thể thấy những đặc tính thị giác giống nhau thúc đẩy bạn nhóm các ký tự hoặc từ nhất định lại với nhau. Mặc dù những chữ cái này được xếp lớp và lộn xộn, song các ký tự có hình dáng hay kích cỡ tương tự nhau giúp bạn tổ chức thông tin trình bày trong layout này, do đó vẫn có thể đọc được những văn bản khác nhau.



Hình |5-11|

Các dòng chồng chéo và lộn xộn vẫn rõ ràng và dễ đọc nhờ Luật Tương đồng.

Các ký tự tương đồng về mặt tạo hình cũng có thể cung cấp cho chúng ta thông tin về giọng điệu (voice). Hãy để ý cách các kiểu chữ tương tự nhau ở Hình 5-12 cho thấy giọng điệu lặp lại của từng người nói.



Hình |5-12|

Kiểu chữ tương tự nhau cho biết người nào đang nói, dựa vào Luật Tương đồng. Tác phẩm *Die Kahle Sangerin* (tạm dịch: *Nữ ca sỹ đầu hói*) năm 1964 của Aux Ionesco. *Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Massin.*

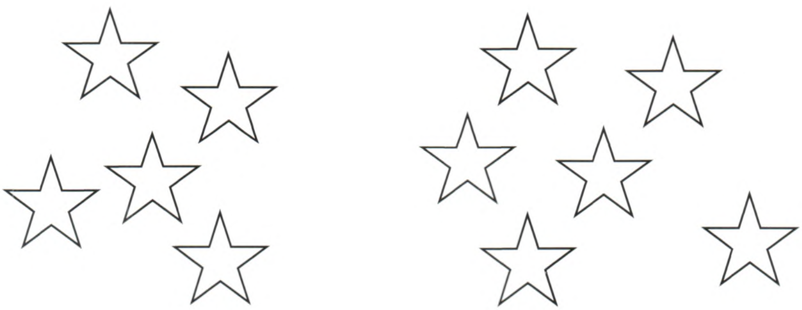
Luật Tương đồng cho chúng ta biết các đối tượng có thể giống nhau theo bất cứ cách thức tạo hình nào, để não bộ có thể nhóm chúng lại. Ví dụ, chúng ta có thể nhóm các đối tượng lại với nhau tùy theo kích thước, màu sắc, độ đậm nhạt, cấu trúc bề mặt hoặc hình dạng.

Luật Lân cận

Luật Lân cận (Law of Proximity) rất giống với Luật Tương đồng.

Vì từ "lân cận" ("proximity") có nghĩa là "gần" ("nearness"), nên Luật Lân cận khẳng định rằng bộ não chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng có vị trí gần nhau lại.

Khi quan sát Hình 5-13, bộ não của bạn có thể nhóm năm ngôi sao ở bên trái lại với nhau, cũng như nhóm sáu ngôi sao ở bên phải lại gần nhau.



Hình |5-13|

Luật Lân cận khiến chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng có chung vị trí hoặc ở gần nhau lại.

Luật Lân cận rất quan trọng đối với typography, vì khoảng cách gần nhau của từng chữ cái với những chữ cái khác quyết định ý nghĩa mà chúng ta gán cho văn bản, như minh họa ở Hình 5-14.

Hình |5-14|

Cách các chữ cái được nhóm lại với nhau ảnh hưởng đến cách chúng ta hiểu ý nghĩa của chúng.

THEY'VE GONE TO GET HER.
THEY'VE GONE TOGETHER.

Ở Hình 5-15, văn bản được gộp lại theo tính lân cận của nó, hay theo đối tượng mà nó nằm ngay cạnh. Trong trường hợp này, mỗi lời giới thiệu của văn bản được giả định là do con vật nhỏ gần đó nói ra.

Hình |5-15|

Thiệp mời dự tiệc sinh nhật do Terri Wolfe của Hãng thiết kế Wolfe sáng tạo, minh họa cho Luật Lân cận.



Letterform ghép (juxtaposing letterform)

Từ "**juxtaposition**" ("**phép ghép**") đề cập đến việc sắp xếp các đối tượng trong mối tương quan với nhau. Ví dụ, khi ghép hai chữ in với nhau, bạn đặt chúng gần nhau và điều này tạo ra mối quan hệ cố hữu giữa chúng. Nếu người xem cảm nhận hai chữ này như là một nhóm, họ sẽ kết hợp hoặc đối chiếu ý nghĩa của các thành phần; tuy nhiên, với cả hai cách, họ đều có thể hiểu được ý nghĩa của từng từ trong mối liên hệ với từ còn lại. Đó là lý do tại sao chúng ta chỉ cần 26 chữ cái trong bảng chữ cái để truyền tải tổng thể nhiều ý nghĩa - bởi chúng ta kết hợp các chữ cái theo nhiều cách không giống nhau để tạo ra những ý nghĩa khác nhau.

Hiểu rõ Luật Lân cận có thể giúp nhà thiết kế tránh được sự kết hợp ngoài ý muốn, từ đó truyền thông hiệu quả hơn. Hãy nhớ rằng, nếu một đối tượng nằm gần một đối tượng khác, người xem có thể kết hợp hai đối tượng này lại với nhau, mặc dù đó không phải là ý định của nhà thiết kế. Hình 5-16 là ví dụ hay về một cách thức khác, tại đó thông tin không liên quan với nhau có thể được kết hợp thông qua phép ghép. Nếu những chiếc que gỗ kia không được đặt giữa bức tượng bán thân và đôi chân, có thể bạn sẽ không bao giờ xem chúng như là bộ phận trên một cơ thể.



Hình |5-16|

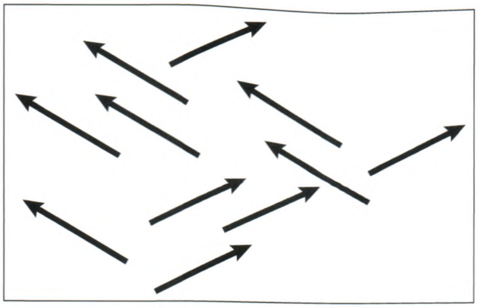
Tấm poster này mô tả ảnh hưởng của phép ghép đối với người xem, bằng cách tạo ra một mối liên hệ giữa các đối tượng không liên quan tới nhau. Đây là tác phẩm quảng cáo cho Hội thảo Nghệ thuật Cuối tuần của Trường Tyler, do Keli Cavanaugh và Steven DeCusatis thuộc Trường Nghệ thuật Thiết kế Tyler, Đại học Temple sáng tạo.

Luật Số mệnh chung

Nếu bạn có chung phẩm chất với ai khác, có thể nói rằng giữa hai bạn tồn tại điểm chung nào đó. Số phận của bạn đề cập đến việc bạn sẽ đi đến đâu trong tương lai. Do đó, Luật Số mệnh chung (Law of Common Fate) cho biết não của chúng ta sẽ nhóm và liên kết các đối tượng có chung định hướng hoặc phương hướng lại với nhau.

Bạn có thể thấy Luật Số mệnh chung liên hệ chặt chẽ với Luật Tương đồng như thế nào - đây chính là thời điểm chúng ta đang nói đến sự tương tự của phương hướng hoặc định hướng.

Hãy để ý bộ não của bạn nhóm các đối tượng nhắm đến một hướng chung ra sao, như minh họa ở Hình 5-17.



Hình |5-17|

Luật Số mệnh chung khiến chúng ta nhóm và kết hợp các đối tượng lại với nhau theo phương hướng hoặc định hướng chung.

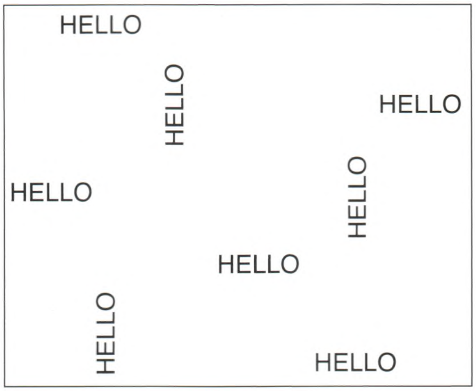
Trong bức ảnh mưa sao băng ở Hình 5-18, các vệt sáng rơi xuống phía bên trái nổi bật hơn so với phía bên phải. Đó là do não chúng ta nhóm những vệt sáng này theo hướng chúng dường như dịch chuyển.



Hình |5-18|

Bức ảnh mưa sao băng mô tả Luật Số mệnh chung. © *Bản quyền thuộc về ALI JAREKJI/Reuters/Corbis.*

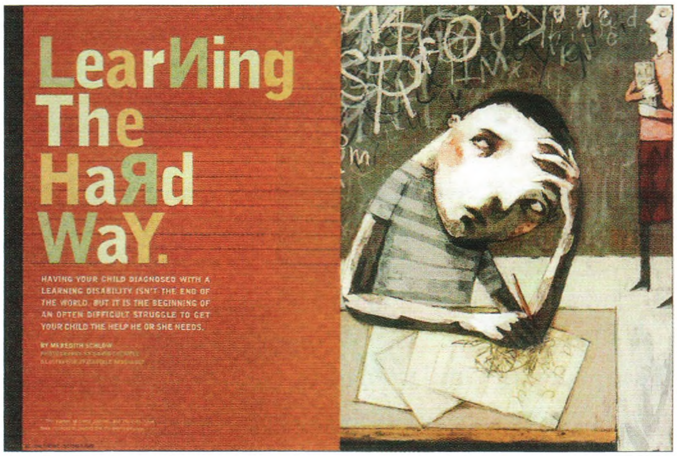
Hiện tượng tương tự cũng ứng với văn bản như trên Hình 5-19.



Hình |5-19|

Luật Số mệnh chung khiến chúng ta nhóm và liên kết các đối tượng theo một phương hướng hoặc định hướng chung.

Trong Hình 5-20, các chữ cái đọc từ phải qua trái đứng ra chống lại những chữ đọc từ trái sang phải. Do các chữ **T**, **H**, **W** và **Y** đều có sự đối xứng và có thể đọc được theo hai hướng, nên kích thước cũng như màu sắc của những chữ hoa này thúc đẩy chúng ta nhóm chúng với chữ **N** và **R** ngược, làm tăng thêm sự mơ hồ, rối rắm. Như bạn thấy, thiết kế này sử dụng kiến thức của cả Luật Số mệnh chung lẫn Luật Tương đồng, nhằm truyền tải nỗi bất định và thất vọng mà những học sinh cảm thấy bất lực với việc học thường xuyên phải chịu đựng.

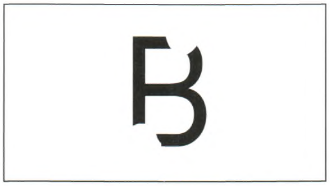


Hình |5-20|

Hai trang tạp chí minh họa hai Luật Số mệnh chung và Luật Tương đồng. Tác phẩm *Learning the Hard Way* (tạm dịch: *Học tập cứng nhắc*) được thiết kế cho tạp chí *Baltimore*. Giám đốc nghệ thuật: Amanda White-Iseli. Minh họa: Isabelle Arsenault.

Luật Đóng kín

Nếu bạn có cảm nhận về sự kết thúc khi làm xong dự án của mình, đó là do bạn vừa hoàn thành dự án đó. Từ **sự đóng kín (closure)** có nghĩa là sự hoàn thành (completion), nên Luật Đóng kín (Law of Closure) cho chúng ta biết các hình dạng quen thuộc đã được hoàn thiện sẽ dễ dàng nhận biết hơn so với khi chưa hoàn thiện. Do các đối tượng hoàn thiện dễ hiểu hơn, nên não chúng ta nhóm các phần của đối tượng chưa hoàn chỉnh thành đối tượng hoàn thiện có thể nhận biết được. Điều này giải thích rõ lý do tại sao bạn vẫn nhận ra đối tượng trên Hình 5-21 là chữ **B**, và tại sao bạn vẫn đọc được văn bản ở Hình 5-22. Não bộ của bạn điền kín những phần còn thiếu để nhận thức các hình dạng mà bạn có thể nhận diện và hiểu được.



Hình |5-21|

Luật Đóng kín khiến chúng ta nhóm các phần của đối tượng chưa hoàn thiện lại với nhau để nhận thức một đối tượng tổng thể, có thể nhận diện được.



Hình |5-22|

Poster dẫn chứng cho Luật Đóng kín. Tác phẩm *Can You* (*Read Me*)? (tạm dịch: *Bạn đọc được tôi chứ?*), do Phil Baines thiết kế cho tờ *Fuse*, số phát hành đầu tiên, Vương quốc Anh, 1991.

Luật Liên tục

Luật Liên tục (Law of Continuation) cho biết não của chúng ta sẽ nhóm các thành phần dường như thuộc về một hàng liên tiếp lại với nhau. Ví dụ, trong Hình 5-23, não chúng ta nhóm một số ngôi sao lại với nhau, để chúng ta nhận thức chúng như là một hàng.

Hình |5-23|

Luật Liên tục khiến chúng ta nhóm các đối tượng lại với nhau để có thể được đọc như một hàng liên tiếp.



Bạn đã từng quan sát những ngôi sao vào buổi tối và cố gắng nhận biết các chòm sao chưa? Khi nhóm các ngôi sao trong vũ trụ thành những chòm sao, chúng ta đang áp dụng Luật Liên tục để hiểu được ý nghĩa của các nhân tố kích thích thị giác. Trong Hình 5-24, bạn có thể tạo ra hình dạng của sao Bắc Đẩu (Big Dipper), bởi những ngôi sao sáng nhất có thể được coi là một hàng liên tiếp.

Hình |5-24|

Bức ảnh sao Bắc Đẩu của Ursa Major, minh họa cho Luật Liên tục. *Ảnh do Till Credner (AlltheSky.com) cung cấp.*



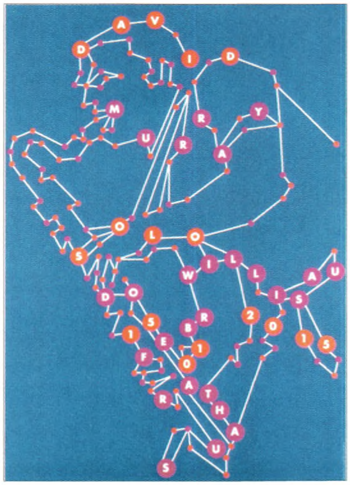
Luật Liên tục đặc biệt quan trọng nên cần được xem xét khi làm việc với chữ, vì chúng ta nhận diện các chuỗi từ như những câu văn cũng nhờ hiện tượng này. Trong Hình 5-25, não của chúng ta kết nối những dấu chấm lại với nhau, cho phép ta đọc các từ nhờ Luật Liên tục, ngay cả khi các ký tự không liên kết thẳng với nhau thành các hàng.

Ngoài ra, Luật Liên tục có thể khiến chúng ta cảm nhận được các dòng chảy khoảng trắng (white river) thiếu linh động, như đã thảo luận ở Chương 4; khi word spacing giữa hai hàng liền kề của văn bản được căn gióng quá gần nhau, não chúng ta thấy dòng chảy khoảng trắng dường như "chảy" xuống cuối trang. Hiện tượng này thường xảy ra trong layout áp dụng kiểu căn gióng hai lề đều thẳng (justified) cho văn bản.

Thuật ngữ

phép ghép (juxtaposition): sắp đặt các đối tượng trong mối liên hệ với một đối tượng khác.

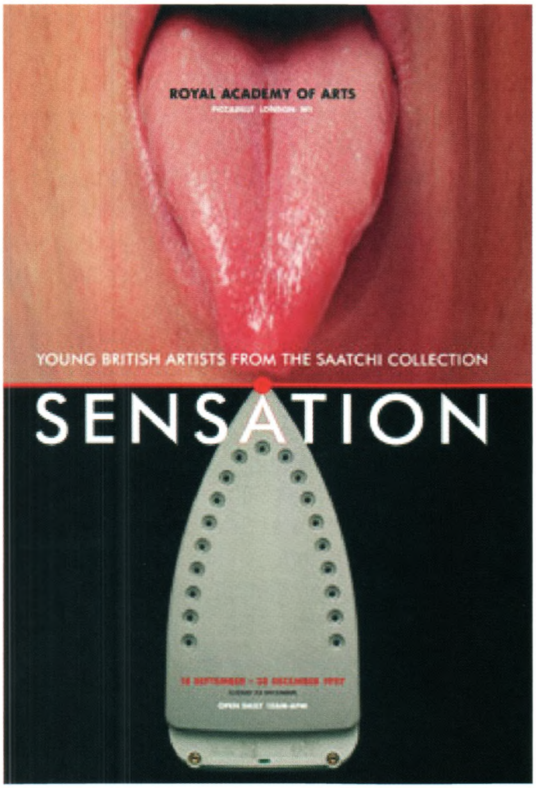
sự đóng kín (closure): sự hoàn thành, kết thúc.



Hình |5-25|

Poster *David Murray* minh họa cho Luật Liên tục, được Niklaus Troxler của Hãng Thiết kế Đồ họa Niklaus Trouxler sáng tạo cho tờ *Jazz ở* Willisau, năm 2001.

Hình 5-26 cho thấy nhà thiết kế đã áp dụng sự hiểu biết thấu đáo về tất cả các Luật Gestalt. Poster có hình ảnh chiếc lưỡi gần giống với một chiếc bàn là. Nhà thiết kế đã cố tình tạo ra sự khó chịu cho người xem khi khơi gợi suy ngẫm về một vết bỏng đau đớn ở lưỡi. Thậm chí, mặc dù được tách biệt rất rõ, song sự gần gũi của những hình ảnh này lại cho thấy mối liên hệ về sự nguy hiểm và có thể dẫn đến cơn đau về thể xác - đây chính là một ứng dụng hiệu quả của Luật Lân cận. Sự tương đồng của hình chiếc lưỡi và bàn là, với thực tế chúng hướng vào nhau và dường như tạo nên một đường dọc chạy qua layout, tất cả đều góp phần hình thành nên mối liên kết này thông qua các Luật Gestalt như Tương đồng, Số mệnh chung và Liên tục. Bên cạnh đó, nhà thiết kế còn áp dụng Luật Đóng kín cho tấm poster; chúng ta có thể cảm thông với nỗi đau mà lưỡi cảm nhận được, bởi chúng ta tự hoàn thiện hình ảnh một khuôn mặt đau đớn trong tâm trí, tưởng tượng ra một con người thật đang rơi vào hình huống ấy, thậm chí đó có thể là bản thân chúng ta.



Hình |5-26|

Poster *Sensation* (tạm dịch: *Cảm giác*) mô tả một số Luật Gestalt. Poster này được Công ty Thiết kế Đồ họa Why Not Associates của Anh thiết kế cho Học viện Nghệ thuật Hoàng gia (Royal Academy of Arts).

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



Ryan Pescatore Frisk & Catelijne van Middelkoop

Các bạn đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên các bạn làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của các bạn.

Cả hai chúng tôi, nhóm "Strange Attractors", đều học thiết kế sau khi tốt nghiệp. Chúng tôi gặp nhau và cả hai được mời vào làm ở phòng 2D của Học viện Nghệ thuật Crandbrook, đây cũng là nơi chúng tôi nhận bằng MFA (Master of Fine Art - Thạc sỹ Nghệ thuật) năm 2002. Năm đầu tiên, chúng tôi nhận ra rằng "hai cái đầu sẽ tốt hơn một cái đầu" và chúng tôi bắt đầu hợp tác cùng nhau trong nhiều dự án. Mặc dù cả hai đều có kinh nghiệm thực hành thiết kế trước khi làm tự do, song đây chính là bước khởi đầu thực sự cho những cái làm nên Strange Attractors. Sau khi hoàn tất bằng thạc sỹ, chúng tôi khởi động studio riêng từ một nhà máy sản xuất xe hơi cũ ở Pontiac, bang Michigan, sau đó chuyển sang kinh doanh ở Stockholm. Từ tháng 9 năm 2003, Strange Attractors đã vận hành từ Hà Lan, nơi Ryan hoàn thành chứng chỉ MFA về thiết kế chữ ở Học viện Nghệ thuật Hoàng gia tại thành phố The Hague của nước này.

Chúng tôi đã hứa với nhau (và với bản thân) rằng Strange Attractors sẽ biến giải pháp cho mọi công việc hoặc thiết kế thành cái gì đó đáng tự hào. Cả hai rất khó tính và tham vọng; và giờ, sau ngần ấy năm, chúng tôi vẫn cố gắng vượt qua giới hạn của bản thân với những thử thách mới.

Các bạn thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới? Các bạn có thể chia sẻ với chúng tôi về quy trình thiết kế của mình không? Và công nghệ đóng vai trò như thế nào trong quy trình đó?

Tinh hoa của chúng tôi luôn tràn đầy. Chỉ đơn giản là không có đủ thời gian! Chúng tôi đủ may mắn để làm việc với những dự án mình thích. Đa số khách hàng đều tự tìm đến chúng tôi, khiến cả hai luôn bận rộn. Phần thời gian còn lại, chúng tôi dành cho các dự án của riêng mình, sử dụng tên gọi khác và phát sinh những công việc khác.

Khi hoạt động với tư cách nhóm Strange Attractors, chúng tôi cố gắng đa dạng nhất có thể. Chúng tôi muốn được toàn quyền kiểm soát các dự án của mình và do đó, cố gắng theo kịp tất cả những phần mềm có sẵn - từ âm thanh tới Web, từ chuyển động đến chữ. Đặt tên cho công việc, chúng tôi sẽ thử thách chính mình khi đảm nhận và chứng minh bản thân có thể làm tốt việc đó. Một công việc mới thường bắt đầu với một cuộc thảo luận về vấn đề thiết kế được trình bày. Chúng tôi làm rất nhiều nghiên cứu sử dụng Internet, thư viện thời gian thực (real-time library) và tham gia các chuyến đi thực địa. Trong khi chờ đợi, chúng tôi bắt đầu thực hiện hàng tấn ghi chú và, tất nhiên, cả những bản phác thảo nữa. Chúng tôi luôn đem theo bút và những mảnh giấy ngẫu nhiên, từ miếng lót ly bia cho tới khăn ăn. Chúng tôi đặt câu hỏi như: "Khán giả của chúng ta là ai?", "Chúng ta có thể thúc đẩy việc này tiến xa tới mức nào?", đồng thời đưa ra những câu hỏi thực tế như: "Ngân sách cho việc in ấn lớn đến đâu?" và "Bao giờ là thời hạn cuối cùng?", nhằm giúp bản thân có được hiểu biết tốt hơn về khả năng cũng như giới hạn của chính mình.

Khi làm việc cho một khách hàng, chúng tôi dự thảo một bài thuyết trình đầu tiên và cố gắng thu được một phần ba số tiền cọc, để chúng tôi có thể bắt đầu công việc mà không phải lo lắng về vấn đề tài chính. Bước tiếp theo là bắt đầu làm việc với ít nhất ba ý tưởng khác nhau, ba cách tiếp cận typeface khác nhau,... Mục tiêu của chúng tôi là đưa ra một kế hoạch mà chúng tôi cảm thấy tốt nhất, cộng thêm hai kế hoạch dự phòng luôn trong tình trạng "sẵn sàng", và nếu một trong hai phương án này được chọn, thậm chí nó



Thiết kế bìa và chế tác chữ của Ryan Pescatore Frish và Catelijne van Middelkoop cho Polish Design Quarterly (Tạp chí Thiết kế Ba Lan Hàng quý), *2+3D Grafika with Produkt* (tạm dịch: *Đồ họa 2+3D cho Sản phẩm*), 2005. *Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Strange Attractors*, www.strangeattractors.com.

còn có thể cho kết quả tốt hơn. Đây chính là thời điểm chúng tôi bắt đầu sử dụng máy tính, để có thể nhanh chóng tạo ra những bản yêu cầu dự thảo dưới định dạng PDF và bắt đầu chia sẻ với khách hàng. Từ khi Strange Attractors chủ yếu làm việc cho khách hàng nước ngoài, truy cập Internet 24/7 trở nên rất cần thiết. Khi trình bày ý tưởng với khách hàng, chúng tôi tránh đề cập đến những nội dung mình không thích. Chúng tôi có một triết lý, đó là: "Cố gắng vượt qua các giới hạn".

Vai trò của typography trong thiết kế đã thay đổi như thế nào trong thập kỷ vừa qua? Các bạn dự đoán trong tương lai, typography sẽ phát triển ra sao?

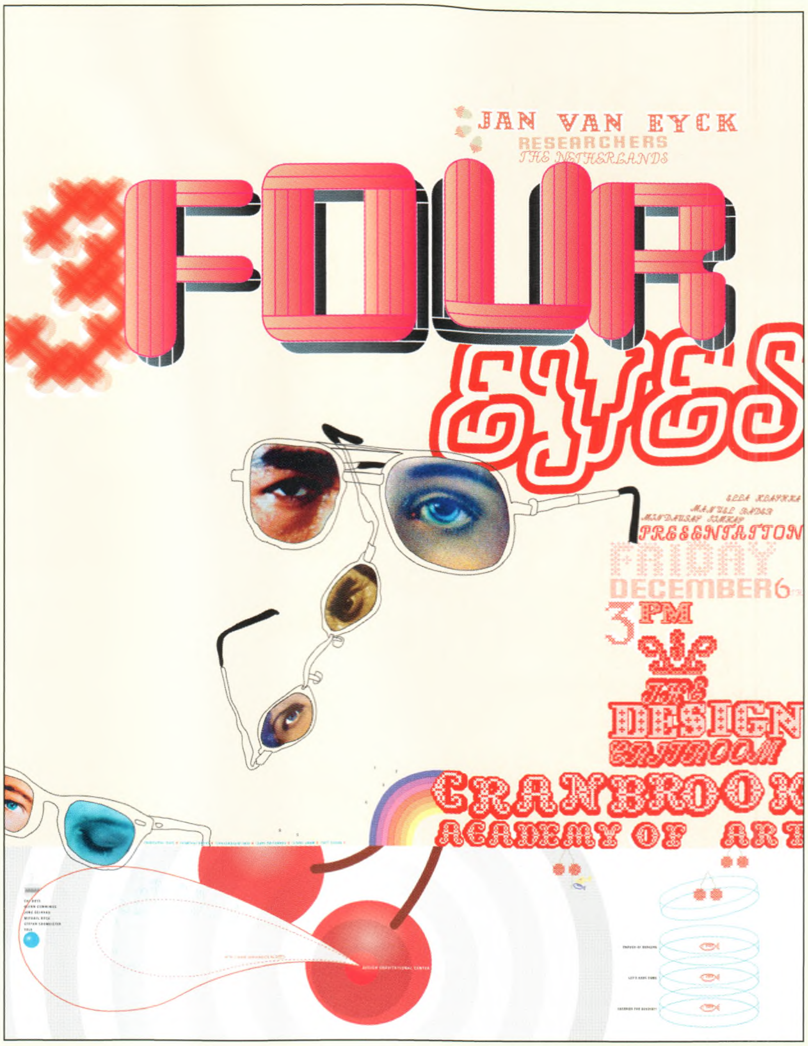
Trong thập kỷ qua, máy tính đã để lại nhiều ảnh hưởng lên vai trò của typography. Vì hiện nay, bất cứ ai có quyền truy cập vào một máy tính đều có thể tác động đến hình thức của chữ, nên nhiều "quy tắc" tương tự đem lại sức mạnh cho typeface đã bị lờ đi và lãng quên. Không còn bị giới hạn bởi leading, chữ bị làm cho biến dạng đi, kéo giãn ra và được sử dụng với kích thước point chưa từng thấy trước đó. Nói cách khác, toàn bộ hệ thống ô lưới typography đang dần biến mất.

Như bạn có thể thấy từ các tác phẩm, không phải lúc nào chúng tôi cũng sống theo những quy tắc, song chúng tôi chỉ có thể làm điều này thành công vì nắm rõ các quy tắc và nhận thức được mình đang làm gì. Bạn chỉ có thể phá vỡ các quy tắc một cách khéo léo khi nắm rõ chúng. Đó là lý do tại sao chúng tôi không ngừng đọc thêm về chữ và tiếp tục sự nghiệp học hành,...

Nhiều người "thiết kế" danh thiếp với Word, hoặc tạo ra những tấm thiệp mời sinh nhật sử dụng phần mềm đi kèm máy tính của họ - những người này không được đào tạo về thiết kế - họ chính là những tay nghiệp dư đang từng ngày thay đổi hình ảnh của typography công chúng. Typeface ưa thích của một người mặc định là Arial, song nhiều người thậm chí còn không nhận ra đó chính là bản sao chép của typeface Helvetica cổ điển! Các công ty quảng cáo, vốn đang tiến hành cắt giảm ngân sách

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ

Tấm poster Four Eyes (tạm dịch: Bốn mắt) do Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop thiết kế. *Ảnh do nhóm Strange Attractors (www.strangeattractors.com) cung cấp.*



sau khi bong bóng Internet bùng nổ, đã đưa ra những giải pháp chữ Sans-serif đạt mức độ phổ biến và đơn giản tương đương. Mọi dấu vết nhân văn và cá tính đã bắt đầu biến mất từ những lần va chạm hàng ngày của chúng ta với chữ. Tuy nhiên, gần đây đã có cái gì đó bắt đầu thay đổi. Nhà thiết kế dường như bắt đầu nhận ra rằng, để có được sự khác biệt và quan trọng hơn - nhằm tìm ra cái gì đó thật mới - kiến thức về lịch sử giàu có của typography đóng vai trò rất quan trọng. Điều chúng tôi muốn thấy xảy ra với typeface là để mọi người bắt đầu sử dụng lần nữa tiếng nói của riêng họ - không phải là thứ gì đó mặc định mà chúng tôi đã quen, nhưng phải là thứ gì đó mới mẻ, được xem xét cẩn trọng. Phải có những lựa chọn thay thế thật tốt! Mà tương lai thì luôn tươi đẹp và giàu có.



Tấm poster Broadcasting Tongues Lecture and Workshop Series (tạm dịch: Bài giảng Phát thanh bằng lưỡi và chuỗi hội thảo) do Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop thiết kế. *Ảnh do nhóm Strange Attractors* (www.strangeattractors.com *và* www.dialognouveau.com) *cung cấp.*

Các bạn có lời khuyên gì dành cho những sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?

Phải rất, rất kiên nhẫn, đừng ngồi một chỗ và chờ đợi mọi thứ tự nhiên đến. Phải từ từ chuẩn bị cho công việc để thu về một chút may mắn, song hầu hết chúng tôi đều phải làm việc rất chăm chỉ mỗi ngày để tầm mắt luôn mở rộng ra xa hơn. Đừng từ bỏ quá sớm; việc bạn làm thực sự có khả năng thành công! Cố gắng nắm vững và làm chủ "trò chơi" của bạn bằng cách đọc sách về thiết kế, tham gia các khóa học,... nhưng đừng quên thế giới thực tại. Thế giới thực này chất đầy những điều quý giá. Đừng bao giờ ngừng băn khoăn về những thứ bạn thấy. Hãy thừa nhận rằng đôi khi, hai cái đầu tốt hơn một cái đầu. Hãy hoài nghi chính bạn, song hãy tin vào bản thân. Điều quan trọng nhất chính là: Yêu thích điều bạn đang làm.

Ryan Pescatore Frisk & Catelijne van Middelkoop
www.strangeattractors.com

Tạo biểu đồ thị giác

"Biểu đồ phân cấp", hay "biểu đồ" ("hierarchy") có nghĩa là sắp xếp theo thứ tự quan trọng trong một nhóm người, địa điểm hay sự vật. Ví dụ, khi bạn chơi bài, có một biểu đồ phân cấp được bạn dùng để xác định người chiến thắng mỗi khi lên bài (các quân A, K, Q, J, 10,...). Trong công việc của bạn có thể tồn tại một biểu đồ phân cấp thẩm quyền: Chủ tịch công ty, phó Chủ tịch công ty, Giám đốc khu vực, Chỉ huy trưởng công trình, Trợ lý giám đốc,...

Áp dụng **biểu đồ thị giác (visual hierarchy)** cho thiết kế có thể giúp bạn dẫn dắt người xem đi từ thông tin quan trọng nhất tới ít quan trọng nhất trong thông điệp mà bạn gửi gắm, theo thứ tự do *bạn* định nghĩa. Điều này giúp nâng cao hiệu quả truyền thông, nhờ tiết kiệm thời gian cho người xem và đem lại sự rõ ràng (clarity). Với mỗi thiết kế, người xem có thể có hoặc không dành thời gian đọc toàn bộ thông điệp; đó là lý do giải thích tại sao việc cần làm trước tiên và cũng rất hữu ích là hướng dẫn người xem đi tới thành phần quan trọng nhất trong layout của bạn.

Bước thứ nhất trong việc tạo một biểu đồ thị giác hiệu quả cho layout của bạn là xác định tính quan trọng tương đối của mỗi phần thông tin liên quan. Khi bạn chơi bài, sự phân cấp là hiển nhiên, được quyết định bởi các quy tắc của trò chơi. Xác định biểu đồ thị giác cho layout không phải lúc nào cũng dễ dàng. Tính quan trọng tương đối của mọi nội dung bao hàm trong layout cũng có thể thay đổi, phụ thuộc vào khách hàng, nhu cầu và sự quan tâm của đối tượng khán giả mục tiêu. Thiết lập biểu đồ thị giác phản ánh những biến đổi này, giúp bạn xây dựng thiết kế của mình hiệu quả và ấn tượng hơn.

Hình 5-27 minh họa hai ví dụ về thiết kế, mỗi tác phẩm đều bao hàm thông tin tương tự nhưng lại phản ánh biểu đồ thị giác khác nhau.





Hình |5-27|

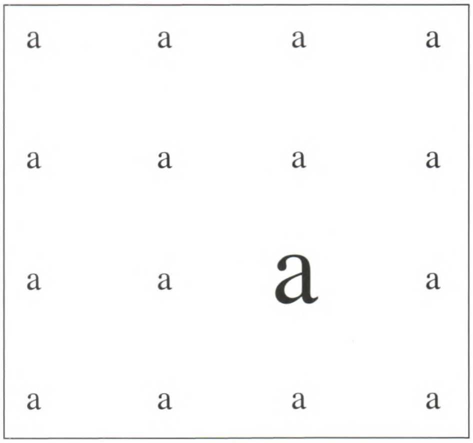
Hai thiết kế với nội dung giống nhau có thể phản ánh biểu đồ thị giác khác nhau.

Áp dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh

Một khi đã quyết định được một biểu đồ thị giác phù hợp, bạn có thể biến biểu đồ phân cấp này thành layout thực tế bằng cách sử dụng nguyên lý của **sự nhấn mạnh (emphasis)** - có nghĩa là, làm các thành phần được lựa chọn nổi bật hơn so với những thành phần còn lại, nhằm thu hút sự chú ý và để chỉ ra tầm quan trọng tương đối. Nguyên lý của sự nhấn mạnh gợi ý cho khán giả cách điều hướng và hiểu nội dung được trình bày. Thành phần nào càng được nhấn mạnh trong layout sẽ càng được người xem đánh giá là quan trọng, trong mối tương quan với những thành phần khác của thiết kế. Muốn nhấn mạnh bất cứ thành phần nào trong thiết kế, bạn phải làm cho chúng trở nên khác biệt so với những thành phần còn lại, do mắt chúng ta có xu hướng bị thu hút bởi các yếu tố khác lạ về mặt thị giác, hay những thành phần **tương phản (contrast)**.

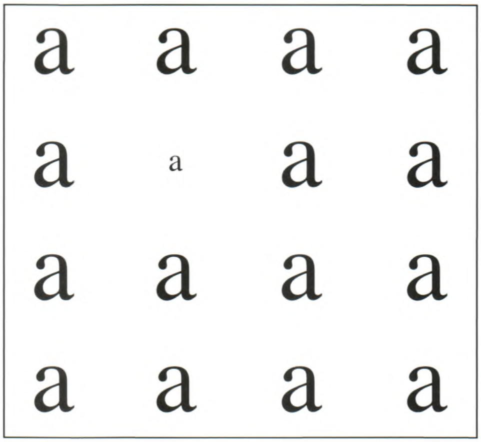
Do đó, nếu hầu hết các đối tượng trong layout đều có kích thước nhỏ, bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách làm cho đối tượng đó lớn hơn, như minh họa ở Hình 5-28a.

Hoặc, nếu hầu hết các đối tượng trong layout đều lớn, bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách làm cho đối tượng đó nhỏ đi, như minh họa ở Hình 5-28b.



Hình |5-28a|

Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng nhờ thay đổi kích thước.



Hình |5-28b|

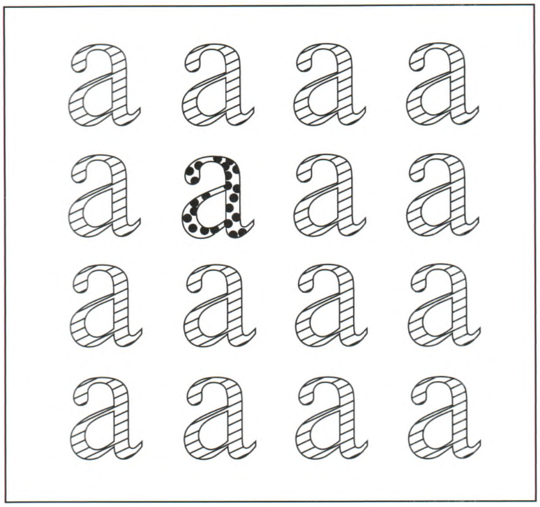
Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng nhờ thay đổi kích thước.

Thay đổi kích thước của đối tượng chỉ là một cách để nhấn mạnh đối tượng đó. Chúng ta cũng có thể sử dụng màu hay độ đậm nhạt tương phản (Hình 5-28c); cấu trúc bề mặt tương phản (Hình 5-28d); hình dạng tương phản (Hình 5-28e) hoặc hướng tương phản (Hình 5-28f).



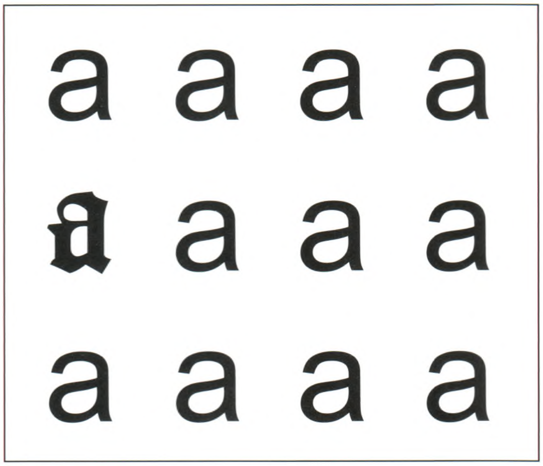
Hình |5-28c|

Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi màu sắc hoặc độ đậm nhạt của đối tượng đó.



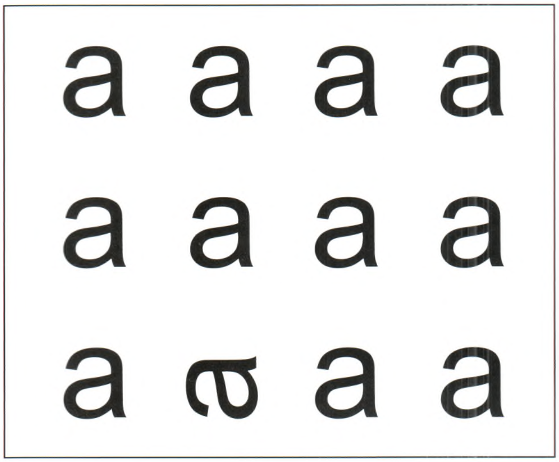
Hình |5-28d|

Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi cấu trúc bề mặt của đối tượng đó.



Hình |5-28e|

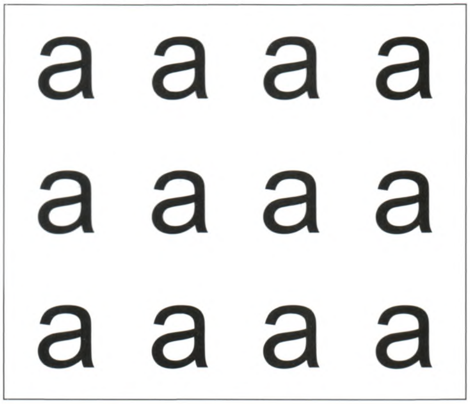
Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi hình dạng của đối tượng đó.



Hình |5-28f|

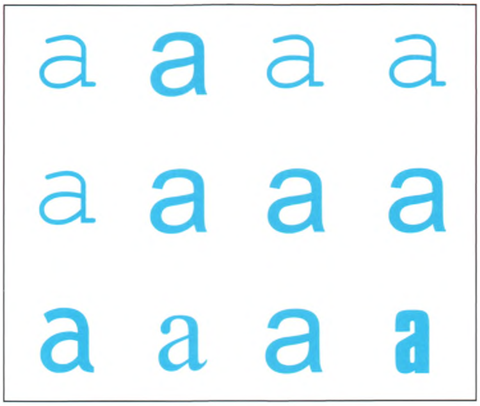
Bạn có thể nhấn mạnh một đối tượng bằng cách thay đổi chiều hướng của đối tượng đó.

Quá nhiều thành phần tương phản có khả năng tạo ra hiệu ứng giống nhau vẫn chưa đủ! Ví dụ, trong Hình 5-29 và 5-30, việc xác định biểu đồ thị giác cũng không kém phần khó khăn.



Hình |5-29|

Không đối tượng nào được nhấn mạnh hơn các đối tượng khác.



Hình |5-30|

Không đối tượng nào được nhấn mạnh hơn các đối tượng khác.

Sử dụng sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc

Giống như Luật vạn vật hấp dẫn (law of gravity) cho biết khi chúng ta làm rơi một vật, vật đó sẽ rơi xuống mặt đất, luật về sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (law of reading gravity) phát biểu rằng chúng ta tự nhiên có khuynh hướng đọc layout theo thứ tự mà chúng ta thấy quen thuộc nhất.

Do vậy, ví dụ như ngôn ngữ mẹ đẻ của đối tượng khán giả mục tiêu mà chúng ta nhắm tới là tiếng Anh hay tiếng Tây Ban Nha, bạn có thể giả sử rằng người xem có thói quen nhìn vào góc trên cùng bên trái của bất cứ trang nào trước tiên, sau đó họ đọc ngang và xuống trang giấy từ trái sang phải và từ trên xuống dưới. Tất nhiên, nếu ngôn ngữ của khán giả là tiếng Nhật hay tiếng Do Thái, sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc sẽ khác.

Thói quen có thể khó phá vỡ, nên một việc rất quan trọng mà bạn cần làm là giữ vững sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc trong đầu khi thiết kế layout.

Hình |5-31a|

Layout bỏ qua tác động của sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc, tờ *Type & Layout: Are You Communicating or Just Making Pretty Shapes* (tạm dịch: *Chữ & Layout: Bạn đang truyền thông hay chỉ tạo ra những hình dạng đẹp*), do Colin Wheildon thiết kế, Nhà xuất bản Worsley, 2005.



Hình 5-31a là một ví dụ hoàn hảo về tác động của sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc; trong đó, người đọc bắt buộc phải đọc nửa phần dưới của trang văn bản. Bởi người đọc ít có khả năng bất chấp thói quen đọc của mình bằng cách trở lại đầu trang, nên họ sẽ không đọc phần đầu của bài viết.

Mặt khác, một thiết kế như trên Hình 5-31b cho phép người đọc dõi theo thói quen đọc từ trên xuống dưới và từ trái qua phải vốn đã ăn sâu vào họ một cách tự nhiên.



The Headline Goes Up Here

The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right?
The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right?
The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right?
The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right?
The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right?
The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right?
The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right?
The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with a layout, shown as Figure 10, which defies the principles Arnold has enunciated.The text then starts here and continues without interruption in this four-column layout. Text is fully justified. This layout is much favored by readers—and much less so by magazine and newspaper editors, not to mention advertising people. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right? The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diagram. In reading comprehension tests, it was contrasted with the layout in Figure 10, which defies Arnold. as Figure 10he principles Arnold has enunciated. Most layout artists frown on such obvious simplicity. Who's in the right? The layout in this figure complies with Edmund Arnold's Gutenberg Diaddafewxxxagram. In reciples Arnold has enunciated.

Hình |5-31b|

Layout thừa nhận sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc, từ *Type & Layout: Are You Communicating or Just Making Pretty Shapes* (tạm dịch: *Chữ & Layout: Bạn đang truyền thông hay chỉ tạo ra những hình dạng đẹp*), do Colin Wheildon thiết kế, Nhà xuất bản Worsley, 2005.

GHI CHÚ

Nghiên cứu chỉ ra rằng, có khả năng độc giả sẽ đọc và lĩnh hội được layout tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc gấp đôi so với layout không tuân thủ sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc. Hãy ghi nhớ điều này mỗi khi bạn xây dựng một layout mới.

Mục chữ

Mục chữ (typographic device) cung cấp cho chúng ta gợi ý về loại thông tin được mong đợi từ các thành phần trong nguyên bản, ngay cả trước khi đọc chúng. Những đề mục như vậy giúp độc giả rút ra mối quan hệ giữa các thành phần trên trang, đồng thời giúp họ hiểu được cách thức tổ chức thông tin. Một số mục chữ có thể kể đến là: Đầu đề (headline), phụ đề (subhead), khối trích dẫn (block quotation), đầu trang (header), bảng biểu (table), chú thích (caption), **sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang)**, bảng chú thích (callout), chân trang (footer), danh sách (list), trích đoạn (pull-quote), số trang (folio), như minh họa ở Hình 5-32.

Đầu đề

Đầu đề (headline) là tiêu đề của một bài báo hay layout. Đầu đề chỉ nên bao gồm một vài từ, nhằm lôi kéo sự chú ý và nhanh chóng dẫn tới chủ đề trong phần văn bản nội dung chính (body text). Đầu đề thường sử dụng kích thước point lớn hơn văn bản nội dung, có thể được thiết lập ở kiểu typeface Display mà không làm mất đi khả năng lĩnh hội của độc giả.

Phụ đề

Phụ đề (subhead) là đầu đề phụ thứ hai, phân chia và tổ chức văn bản nội dung, giúp tăng tính dễ đọc và khả năng lĩnh hội của độc giả. Phụ đề thường có màu tối hơn và lớn hơn phần văn bản nội dung, nhưng không nên để kích thước lớn bằng đầu đề của layout.

Khối trích dẫn

Khi trích dẫn dài hơn vài dòng, chúng thường được thiết kế dưới dạng **khối trích dẫn (block quotation)**, đồng thời được thiết lập tách biệt, tăng khoảng cách trước và sau khối trích dẫn. Khối trích dẫn thường thụt lề, giãn cách đơn và sử dụng kích thước point nhỏ hơn so với phần văn bản nội dung chính.

Đầu trang

Đầu trang (header, hay **running head)** là văn bản xuất hiện xuyên suốt ở lề trên cùng của nhiều trang trong một ấn phẩm, thường cung cấp thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang.

Chú thích

Chú thích (caption) là một dòng hay đoạn văn ngắn, giải thích hoặc mô tả ảnh hay hình vẽ đồ họa gần đó. Chú thích thường được in nghiêng, hoặc thiết lập với kích thước point nhỏ hơn chữ trong phần văn bản nội dung chính.

Bảng chú thích

Bảng chú thích (**callout**) chỉ ra thông tin về một thành phần trong một hình minh họa, sử dụng đường thẳng, mũi tên hoặc con trỏ (pointer).



Bảng

Bảng (table) là sự sắp xếp dữ liệu, tổ chức thành một ô lưới gồm các hàng và cột. Bảng có thể được đặt đường viền bao quanh hoặc tạo bóng mờ.

Sidebar

Sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang) là thông tin được tách riêng khỏi phần văn bản nội dung chính. Thường được bao kín trong một ô, sidebar chứa thông tin độc lập với phần văn bản nội dung chính, dù có thể gián tiếp liên quan. Sidebar thường được nhận diện nhờ thay đổi màu nền hoặc độ đậm nhạt của nền, thi thoảng có đường viền bao quanh.

Chân trang

Chân trang (footer hay **running foot)** là văn bản chạy dọc theo lề dưới cùng trên nhiều trang của ấn phẩm. Tương tự đầu trang, chân trang thường đưa ra thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang. Chân trang có thể chứa cả chú thích cuối trang (footnote).

Trích đoạn

Trích đoạn (pull-quote) là một câu văn được trích từ văn bản nội dung chính của layout. Mục đích là để thu hút sự quan tâm của người đọc, thúc đẩy sự lưu tâm đối với phần văn bản nội dung chính. Trích đoạn được đặt ở kích thước point lớn, tách biệt khỏi phần văn bản nội dung chính, sử dụng các công cụ phân chia trực quan như thanh ngang (bar) hoặc ký tự trang trí.

Danh sách

Danh sách (list) là một chuỗi các phần tử có liên quan đến nhau. Danh sách đánh số (numbering list) hay danh sách đánh dấu tròn (bulleting list) với ký tự trang trí (dingbat) có thể giúp người đọc xác định được một phần tử mới trong danh dách bắt đầu khi nào, ở đâu. Danh sách thường được thụt lề, đồng thời có khoảng cách rộng được thêm vào bên trên và bên dưới.

Số trang

Số trang (folio) chỉ đơn giản là số thứ tự của trang. Độc giả thường tìm số trang ở góc ngoài trên cùng hoặc góc ngoài dưới cùng của trang văn bản, hay chính giữa chân trang; tuy nhiên, cách đặt số trang mới lạ hơn cũng được chấp nhận, miễn là đặt ở vị trí nhất quán và không khó tìm.

Hình |5-32|

Các mục chữ.

Thuật ngữ

bảng chú thích (callout): tên của một mục được minh họa, được chỉ ra bởi một đường thẳng hay mũi tên.

biểu đồ thị giác (visual hierarchy): thứ tự quan trọng của các thành phần trong layout, được thể hiện bằng cách áp dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh và các thành phần typography như thanh bar, các quy tắc và dấu chấm tròn đầu dòng.

chân trang (**footer** hay **running foot**): văn bản chạy dọc theo lề dưới cùng của nhiều trang trong một ấn phẩm, thường đưa ra thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang; có thể chứa cả chú thích cuối trang (footnote).

chú thích (caption): một dòng hay đoạn văn ngắn, giải thích hoặc mô tả ảnh hay hình vẽ đồ họa gần đó.

đầu đề (headline): tiêu đề của một bài báo hoặc layout, được dùng để thu hút sự chú ý.

đầu trang (**header** hay **running head**): văn bản xuất hiện xuyên suốt ở lề trên cùng của nhiều trang trong một ấn phẩm, thường cung cấp thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang.

khối trích dẫn (block quotation): một trích dẫn dài hơn vài dòng, được thiết lập tách biệt, tăng khoảng cách trước và sau khối trích dẫn, thường được để thụt lề.

phụ đề (subhead): đầu đề phụ thứ hai, phân chia và tổ chức văn bản nội dung.

sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang): thông tin được tách riêng ra khỏi phần văn bản nội dung chính, thường được bao kín trong một ô.

số trang (folio): chỉ đơn giản là số thứ tự của trang.

sự nhấn mạnh (emphasis): nguyên lý thiết kế mà tại đó, các thành phần được chọn trong layout được làm nổi bật hơn các thành phần khác, nhằm thu hút sự chú ý và để chỉ ra tầm quan trọng tương đối.

trích dẫn (pull-quote): một câu văn trích từ văn bản nội dung chính, được thiết lập riêng rẽ với kích thước point lớn hơn.

tương phản (contrast): 1. sự khác nhau giữa các thành phần được so sánh; 2. thể hiện các đặc tính khác nhau khi so sánh; 3. so sánh sự khác nhau; 4. trong chữ, đây chính là sự biến đổi giữa các stroke weight của nét mỏng nhất và dày nhất trên một ký tự.

Định hướng

Bạn luôn muốn lưu giữ trải nghiệm của người xem trong tâm trí khi thiết kế layout. Văn bản và đối tượng phải dễ đọc, đồng thời được đặt theo cách dẫn dắt trải nghiệm của người xem. Layout thị giác của các thành phần phải truyền đạt được:

- Thứ tự thông tin nên đọc.
- Những đối tượng và văn bản nào nên được nhóm lại cùng nhau.
- Thứ tự quan trọng của thông tin.

Việc đọc và định hướng thiết kế phải dễ dàng đối với người xem để duy trì sự quan tâm của khán giả. Thiết kế cần rõ ràng, để độc giả có thể nắm được cách tìm kiếm thông tin họ muốn. Nếu thiết kế không dẫn dắt người xem hiệu quả từ những phần thông tin quan trọng nhất đến phần ít quan trọng hơn, khán giả có thể nhầm lẫn, thất vọng, hoặc thậm chí nổi cáu.

Tính khả dụng (usability) trở nên đặc biệt quan trọng đối với những layout mà nó tương tác. Nhà thiết kế phải dự đoán được sự dịch chuyển của độc giả thông qua thiết kế, đồng thời chỉ dẫn họ hướng về phía thông điệp dự tính cần truyền tải và các thông tin cần thiết. Có một số quy tắc đơn giản có thể giúp tác phẩm thiết kế tương tác (interactive design) của bạn trở nên thân thiện. Mặc dù những hướng dẫn này ứng dụng tốt nhất cho thiết kế tương tác kỹ thuật số, song cũng có thể áp dụng được cho bất cứ trải nghiệm tương tác nào.

- *Giữ được sự đơn giản.* Định hướng một thiết kế phải hoàn toàn đi theo trực giác. Giao diện không nên rắc rối để thu hút sự chú ý của người đọc vào nội dung.
- *Dễ sử dụng.* Dự đoán nhu cầu của người sử dụng để bạn có thể làm cho các thành phần thiết kế trở nên thuận tiện với họ.
- *Hãy để sự tương tác chỉ đường cho trải nghiệm tương lai.* Cá nhân hóa một môi trường để sản phẩm mới dựa trên những lựa chọn trong quá khứ có thể là cách làm hiệu quả, giúp tạo ra trải nghiệm tích cực cho người dùng.
- *Đưa ra lựa chọn.* Nhìn chung, khán giả sẽ đánh giá cao khả năng có thể ra quyết định về cách phân bổ thời gian, nhịp độ và khám phá của họ. Đặc biệt, môi trường kỹ thuật số luôn cung cấp lựa chọn thay thế cho những người dùng muốn kết thúc trải nghiệm sớm hơn so với dự tính của bạn.
- *Rõ ràng.* Người dùng phải hình dung được các thành phần tạo nên thiết kế của bạn. Chẳng hạn, trong môi trường kỹ thuật số, điều này có nghĩa rằng người dùng không phải dự đoán đâu là những đối tượng mà họ có thể nhấn chuột vào.
- *Phản hồi.* Người dùng sẽ muốn biết liệu họ đã phản ứng hợp lý chưa và sự tham gia của họ đã được đăng ký hay chưa. Đáp án cho câu trả lời nằm ở chỗ, ánh sáng từ chiếc bật lửa hay âm thanh của nút nhấn có thể cho người sử dụng biết rằng hành động của họ đã được đăng ký và/hoặc chuẩn xác.

Layout được thiết kế cho môi trường kỹ thuật số dường như được quan sát không theo trật tự tuyến tính nào, nên các layout này đòi hỏi cần bổ sung những cấu trúc khác, nhằm giúp độc giả tìm được hướng đi. Kết hợp chặt chẽ một số công cụ dưới đây khi bạn thiết kế sẽ thuận tiện hơn cho trải nghiệm của khán giả.

- *Thanh cuộn* (*scrolling*) thường cần thiết với khán giả khi xem toàn bộ thiết kế. Thường thì phần đang mở chỉ là một phần của thiết kế, nên cần dùng tới thao tác cuộn. Khi mở một tài liệu hay một trang Web, người xem có thể chịu đựng được nếu không phải cuộn quá mức; bằng không, khả năng cao là họ sẽ nổi giận.
- *Siêu liên kết* (*hyperlink*) là văn bản và/hoặc hình ảnh cho phép truy cập các vị trí ở xa bằng một cú nhấn chuột. (Siêu văn bản (hypertext) cũng là một siêu liên kết dạng văn bản). Siêu liên kết cho phép người dùng định hướng môi trường kỹ thuật số theo kiểu phi tuyến tính. Điều này giúp họ cá nhân hóa trải nghiệm hợp lý nhất với nhu cầu và sở thích của bản thân, trong khi vẫn bảo toàn được lưu lượng đọc (reading flow).
- *Di chuột* (*rollover*) kích hoạt hiệu ứng thị giác, chuyển động, hoặc những biến đổi khi người dùng di chuyển con trỏ qua đối tượng bằng chuột.
- *Phóng to không gian* (*spatial zoom*) là siêu liên kết cho phép người xem tăng hoặc giảm tỷ lệ của một đối tượng hay khung nhìn (view) bằng cách nhấn chuột vào chúng.
- *Mạng* (*network*), hay hệ thống kết nối các liên kết trong một Website lại với nhau, cho phép người dùng định hướng dọc theo một đường phi tuyến tính do họ tự chọn.
- *Các chuỗi tuyến tính* (*linear series*) rất hữu ích khi bạn muốn sắp xếp thứ tự cho thông tin sẽ được quan sát, như trên slideshow chẳng hạn.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Thuật ngữ layout chỉ cách thức nhà thiết kế bố trí các đối tượng và văn bản trên một trang để tạo ra bản thiết kế. Điều này đóng vai trò quan trọng đối với các nhà thiết kế, giúp họ đưa ra những quyết định tỉnh táo về từng thành phần cho mỗi layout, bởi các quyết định này sẽ tác động mạnh tới việc khán giả có thể tiếp nhận được toàn bộ thông tin mà nhà thiết kế định truyền tải hay không. Vị trí của văn bản và hình ảnh đóng vai trò then chốt trong cách khán giả tìm kiếm, chú ý, thưởng thức, lĩnh hội và định hướng thông qua thiết kế của bạn.

Muốn tạo được layout có khả năng truyền thông hiệu quả về mặt thị giác, nhà thiết kế phải xem xét mối liên hệ giữa hình thức và nội dung của layout. Cả hình thức lẫn nội dung đều truyền đạt ý nghĩa, do đó nhà thiết kế phải đưa ra lựa chọn về mối liên hệ này. Áp dụng mức độ ưu tiên nội dung trong biểu đồ thị giác có thể giúp nhà thiết kế ra quyết định hiệu quả về những thành phần cần nhấn mạnh, bằng cách áp dụng hiệu quả nguyên lý của sự tương phản. Các Luật Gestalt là tập hợp những nguyên lý giải thích và dự đoán cách bộ não của chúng ta tiếp nhận, nhóm họp cũng như phiên dịch nguồn thông tin trực quan. Hiểu rõ các luật này có thể giúp nhà thiết kế áp dụng nguyên lý của sự tương phản và sự nhấn mạnh theo hướng lôi kéo nhận thức của người xem một cách hiệu quả. Ngoài ra, nhà thiết kế có thể tăng gấp đôi cơ hội trở lên trong việc truyền tải hiệu quả thông điệp mà họ muốn nhắn gửi, bằng cách áp dụng các quan niệm về sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc trong thiết kế.

Ôn tập

1. Layout là gì?
2. Mức độ quan tâm của khán giả (theo dự kiến) ảnh hưởng như thế nào tới hình thức thiết kế của bạn?
3. Nêu tên và giải thích từng Luật Gestalt.
4. Biểu đồ thị giác là gì? Biểu đồ thị giác của các thành phần trong thiết kế ảnh hưởng như thế nào tới layout của bạn?
5. Giải thích quan niệm về sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc.
6. Mô tả các cách thức khác nhau mà bạn có thể áp dụng để nhấn mạnh một đối tượng hoặc văn bản trong một layout.

Bài tập

1. Xem kỹ một tờ báo hoặc tạp chí. Tìm các ví dụ thể hiện mối quan hệ khác nhau giữa hình thức và nội dung.
2. Xem kỹ vài tạp chí để tìm các ví dụ về hình ảnh và/hoặc văn bản minh họa cho từng Luật Gestalt.
3. Chọn một cuốn brochure, danh thiếp, mẩu quảng cáo hoặc layout tạp chí gây khó khăn cho sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc. Sau đó, hãy chọn một thiết kế khác tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc. Phủ một mảnh giấy can trong suốt (tracing paper) lên trên mỗi thiết kế, vẽ mũi tên cho thấy tuyến đường mà một độc giả có khả năng sẽ di chuyển qua từng thiết kế nhất, nhờ hiệu quả từ việc áp dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh và cách bố trí các thành phần.
4. Xem kỹ một số tạp chí để tìm ra 5 ví dụ khác nhau về cách nhà thiết kế nhấn mạnh các thành phần trong layout.

Bài tập

5. Một vài khách hàng yêu cầu bạn thiết kế một tờ rơi quảng cáo để phân phát và treo quanh khu vực lân cận. Tờ rơi có các chữ sau:

   "Hội những người yêu nhạc Bluegrass mời bạn tham gia Lễ hội Bluegrass và Cuộc thi Khiêu vũ vào thứ Sáu, ngày 26 tháng 8, từ 7 giờ đến 9 giờ tối tại Quận Grant Park, Đường 2000 York, Springfield, California. Giá vé: 10 USD. Mỗi người tham gia sẽ góp tiền từ thiện ủng hộ Quỹ học bổng cho các nhạc sỹ trẻ".

   Khách hàng bao gồm ba tổ chức địa phương đồng tài trợ chương trình này. Tuy nhiên, mỗi khách hàng lại có quan điểm riêng và muốn bạn thiết kế tờ rơi tùy chỉnh đặc biệt cho họ để phân phối. Ba khách hàng này là:

   - Hội những người yêu nhạc Bluegrass - quan điểm là cải thiện mối quan tâm trong khu vực đối với nhạc Bluegrass và thu nạp thành viên cho tổ chức của họ. Hội này sẽ phân phát tờ rơi qua các thành viên trong khu vực.
   - Quỹ học bổng cho các nhạc sỹ trẻ - quan điểm là cải thiện mối quan tâm của giới trẻ với âm nhạc và quyên tiền để có thể tài trợ cho việc học tập của các nhạc sỹ trẻ. Quỹ này sẽ phân phát tờ rơi qua các nhóm phụ huynh và những buổi hòa nhạc, khiêu vũ và qua các ban nhạc trong trường.
   - Quận Grant Park - quan điểm là khuyến khích cộng đồng sử dụng các trang thiết bị trong công viên, đồng thời khuyến khích niềm tự hào cũng như ý thức cộng đồng. Họ sẽ phân phát tờ rơi cho những doanh nghiệp đóng tại địa phương, các cơ sở và tổ chức cộng đồng.

   Với mỗi tổ chức tài trợ, hãy chia văn bản trên thành danh sách tùy biến, ưu tiên thông tin từ quan trọng đến ít quan trọng nhất. Sau đó, hãy sử dụng từng danh sách để tạo tờ rơi tùy biến tương ứng với mỗi tổ chức. Ba tờ rơi phải chứa cùng một nội dung văn bản, nhưng mỗi tờ phải phản ánh chất typography của biểu đồ thị giác tùy chỉnh. Xem xét mối liên quan giữa các đối tượng của từng tổ chức, biểu đồ thị giác bạn thiết lập và lựa chọn thiết kế của bạn.

6. Chọn một mẩu quảng cáo từ một tạp chí. Hãy tạo một danh sách nêu rõ từng thành phần của tờ tạp chí theo thứ tự mà bạn tin là biểu đồ thị giác của nhà thiết kế. Sau đó, bạn tạo danh sách mới với các thành phần tương tự, ưu tiên chúng theo một biểu đồ thị giác khác. Hãy tạo một quảng cáo mới dựa trên biểu đồ thị giác mới mà bạn vừa xây dựng.

7. Hãy tạo một cuốn sách nhỏ, với mỗi dòng chỉ chứa duy nhất văn bản (không chứa hình ảnh) mô tả từng Luật Gestalt ở cả nội dung lẫn hình thức - có nghĩa rằng, bạn cần giải thích từng Luật Gestalt và minh họa chúng, chỉ sử dụng các letterform.



The grid

Principle
When
What
Why
How

Everywhere

Cultural
Architecture
Music
Furniture design
Fine art
Interior design
Screenplays
Digital design
Town planning
Conceptual art

Psychology
Wim Crouwel
Simon Esterson
Linda van Deursen
David Carson
Peter Gill
Krieger I Sztatecsny
Cartlidge Levene
Wendelin Hess
Hamish Muir
Ellen Lupton
John Maeda

Making
Control
Precision
Measurement
Micro/macro
Components

Breaking

The designer and the grid
Introduction
The principle of the grid
Grids are everywhere
The grid in cultural context
The psychology of the grid
Making the grid
Breaking the grid
Bibliography/Contacts/Credits/Index

In graphic design, the grid is visible to those who look for it. Often, a layout that to uninformed eyes is a random arrangement of photographs, type and space is seen quite differently once its grid structure has been pointed out. The perceptual shift can be quite dramatic: what had seemed arbitrary suddenly looks immutable.

As the twentieth century progressed, grids became equally prevalent in other areas of culture, although often just as invisible to the uninitiated. As Damian Wayling reveals in his essay on page 56, the structure of film scripts, and the way that the finished film is edited, is more often than not responsive to a time-based grid.

Music, too, is structured according to a grid, to varying degrees. As John L Walters explains on page 42, in traditionally performed music the grid acts as a map or guide, enabling a group of musicians to collaborate, while allowing each freedom of personal expression. With electronic composition, however, the sounds you hear can be precisely aligned to the grid, with each note starting and ending exactly on cue.

Grids have been a feature of town planning for thousands of years – throughout the centuries, people creating new cities from scratch have seen a grid layout as an ideal of civilisation. According to Professor Bill Hillier, however, even the most random-seeming city layout is, to a surprising extent, a grid (see page 68).

Of course, many of the buildings that form a city's layout are themselves often structured by grids. From the modular façades of many tower-blocks, to the three-dimensional Rubik's cube approach to building design, the grid has been an important influence among post-war architects.

However, the most important grid of all is, perhaps, one that is completely invisible, that of latitude and longitude. The artist Tacita Dean, much of whose work has been about the sea, explains what happened to Donald Crowhurst, a sailor who lost his position on this huge, conceptual grid.

As the essays and interviews in this chapter demonstrate, grids are a pervasive influence throughout our culture. We may not always notice them, but their influence on what we see, hear and do is everywhere.

32/33

Ảnh do Lucienne Roberts và Bob Wilkinson của studio sans+baum cung cấp.

CHƯƠNG 6

Mục tiêu bài học

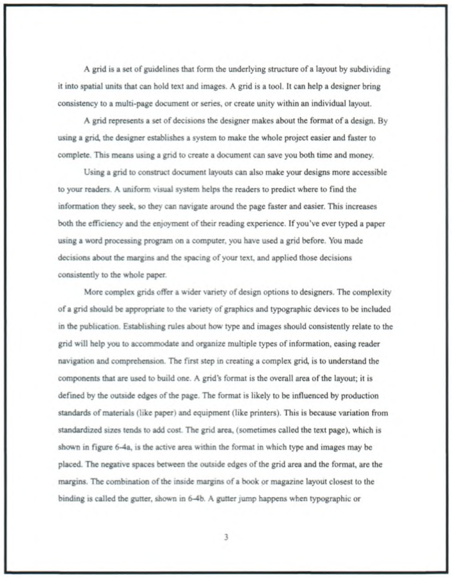
- Hiểu được lý do và cách thức sử dụng ô lưới (grid) để tăng cường tính nhất quán cho một tài liệu hoặc trang Web.
- Làm quen với vốn từ vựng liên quan đến ô lưới.
- Học cách căn gióng các đối tượng thường (regular object) và đối tượng phi hình học (irregular object) vào ô lưới.
- Khám phá nhiều layout ô lưới khả dụng.

Giới thiệu

Bạn có thể tạo layout dễ dàng hơn nhờ sử dụng **ô lưới (grid)** - một framework bao gồm các đường gióng (guideline) hình thành nên cấu trúc cơ bản cho layout của một tài liệu hay trang Web. Ô lưới được nhà thiết kế sử dụng để hỗ trợ bố trí các thành phần thiết kế sao cho lôgíc, nhằm bảo toàn tính nhất quán giữa những layout liên quan, đồng thời thiết lập cảm giác về nhịp điệu (rhythm) xuyên suốt một tác phẩm thiết kế. Sử dụng ô lưới giúp bạn tổ chức hợp lý quy trình thiết kế, bởi ô lưới cho phép tái áp dụng các quyết định thiết kế cho nhiều layout thay vì bắt đầu lại cái mới mỗi lần thiết kế. Ô lưới đặc biệt hữu ích khi giúp các dự án lớn tiết kiệm được lượng thời gian đáng kể.

Ô LƯỚI LÀ MỘT CÔNG CỤ

Nếu từng soạn một tài liệu sử dụng chương trình soạn thảo văn bản trên máy tính, có thể bạn đã dùng ô lưới. Bạn đưa ra quyết định về lề và giãn cách cho văn bản của mình, sau đó những quyết định này được áp dụng cho toàn bộ tài liệu. Ví dụ, nếu bạn đặt lề 1 inch và căn giữa số trang ở lề dưới, trang văn bản của bạn có thể tương tự ảnh minh họa ở Hình 6-1a. Ô lưới của trang trông giống như trên Hình 6-1b.



A grid is a set of guidelines that form the underlying structure of a layout by subdividing it into spatial units that can hold text and images. A grid is a tool. It can help a designer bring consistency to a multi-page document or series, or create unity within an individual layout.

A grid represents a set of decisions the designer makes about the format of a design. By using a grid, the designer establishes a system to make the whole project easier and faster to complete. This means using a grid to create a document can save you both time and money.

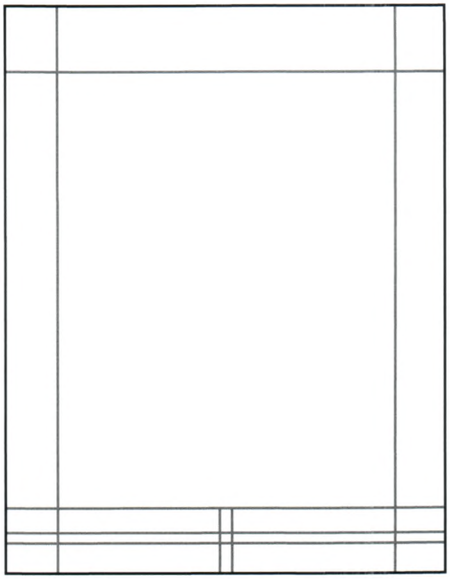
Using a grid to construct document layouts can also make your designs more accessible to your readers. A uniform visual system helps the readers to predict where to find the information they seek, so they can navigate around the page faster and easier. This increases both the efficiency and the enjoyment of their reading experience. If you've ever typed a paper using a word processing program on a computer, you have used a grid before. You made decisions about the margins and the spacing of your text, and applied those decisions consistently to the whole paper.

More complex grids offer a wider variety of design options to designers. The complexity of a grid should be appropriate to the variety of graphics and typographic devices to be included in the publication. Establishing rules about how type and images should consistently relate to the grid will help you to accommodate and organize multiple types of information, easing reader navigation and comprehension. The first step in creating a complex grid, is to understand the components that are used to build one. A grid's format is the overall area of the layout; it is defined by the outside edges of the page. The format is likely to be influenced by production standards of materials (like paper) and equipment (like printers). This is because variation from standardized sizes tends to add cost. The grid area, (sometimes called the text page), which is shown in figure 6-4a, is the active area within the format in which type and images may be placed. The negative spaces between the outside edges of the grid area and the format, are the margins. The combination of the inside margins of a book or magazine layout closest to the binding is called the gutter, shown in 6-4b. A gutter jump happens when typographic or

3

Hình |6-1a|

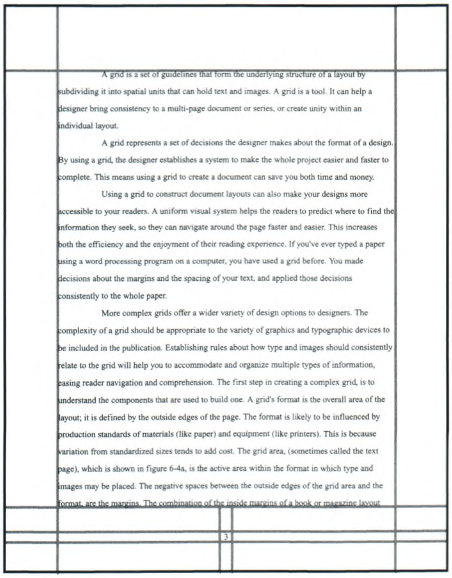
Một trang trích từ bài nghiên cứu điển hình yêu cầu phải thực hiện vào giữa hoặc cuối học kỳ.



Hình |6-1b|

Ô lưới dùng để tạo ra một bài nghiên cứu điển hình yêu cầu phải thực hiện vào giữa hoặc cuối học kỳ.

Thi thoảng, bạn có thể lấp đầy vùng in được (printable area) bằng văn bản, như trên Hình 6.1c - thi thoảng lại không, như minh họa ở Hình 6-1d. Ô lưới đóng vai trò như một chỉ dẫn, giúp bạn quyết định vị trí đặt văn bản trên trang.



A grid is a set of guidelines that form the underlying structure of a layout by subdividing it into spatial units that can hold text and images. A grid is a tool. It can help a designer bring consistency to a multi-page document or series, or create unity within an individual layout.

A grid represents a set of decisions the designer makes about the format of a design. By using a grid, the designer establishes a system to make the whole project easier and faster to complete. This means using a grid to create a document can save you both time and money.

Using a grid to construct document layouts can also make your designs more accessible to your readers. A uniform visual system helps the readers to predict where to find the information they seek, so they can navigate around the page faster and easier. This increases both the efficiency and the enjoyment of their reading experience. If you've ever typed a paper using a word processing program on a computer, you have used a grid before. You made decisions about the margins and the spacing of your text, and applied those decisions consistently to the whole paper.

More complex grids offer a wider variety of design options to designers. The complexity of a grid should be appropriate to the variety of graphics and typographic devices to be included in the publication. Establishing rules about how type and images should consistently relate to the grid will help you to accommodate and organize multiple types of information, easing reader navigation and comprehension. The first step in creating a complex grid, is to understand the components that are used to build one. A grid's format is the overall area of the layout; it is defined by the outside edges of the page. The format is likely to be influenced by production standards of materials (like paper) and equipment (like printers). This is because variation from standardized sizes tends to add cost. The grid area, (sometimes called the text page), which is shown in figure 6-4a, is the active area within the format in which type and images may be placed. The negative spaces between the outside edges of the grid area and the format, are the margins. The combination of the inside margins of a book or magazine layout

3

Hình |6-1c|

Ô lưới bao phủ một trang văn bản kín chữ.



elements stretch across the gutter to inhabit both pages of a spread - that is, two facing pages of an open book or magazine that make up one continuous layout.

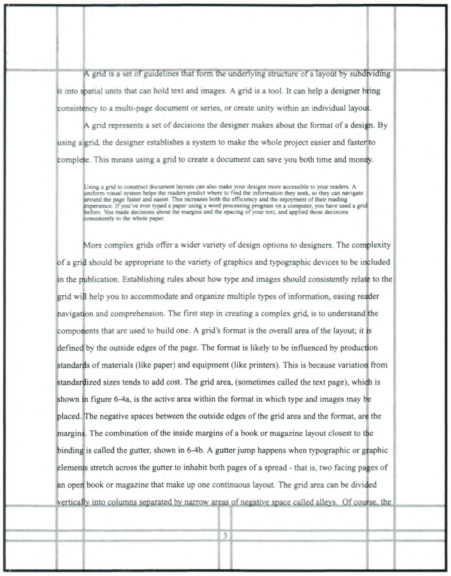
The grid area can be divided vertically into columns separated by narrow areas of negative space called alleys. Of course, the grid can also be subdivided horizontally, creating a series of fields, or modules in which text and images can be placed. When multiple fields are grouped and reserved for specific typographic devices or graphic elements, spatial zones are created. Markers are sometimes added to indicate the location of repetitive elements like running heads or folios.

3

Hình |6-1d|

Ô lưới bao phủ một trang văn bản với một nửa là chữ.

Giả định rằng tài liệu của bạn phải bao gồm vài khối trích dẫn. Trong trường hợp này, ô lưới trông sẽ phức tạp hơn một chút, như minh họa ở Hình 6-1e. Ô lưới cung cấp cho nhà thiết kế rất nhiều tùy chọn về thiết kế. Bạn có thể điều chỉnh độ phức tạp (complexity) của bất cứ ô lưới nào, sao cho tương ứng với kiểu đồ họa và mục chữ sẽ được áp dụng cho ô lưới đó.



A grid is a set of guidelines that form the underlying structure of a layout by subdividing it into spatial units that can hold text and images. A grid is a tool. It can help a designer bring consistency to a multi-page document or series, or create unity within an individual layout.

A grid represents a set of decisions the designer makes about the format of a design. By using a grid, the designer establishes a system to make the whole project easier and faster to complete. This means using a grid to create a document can save you both time and money.

Using a grid to construct document layouts can also make your designs more accessible to your readers. A uniform visual system helps the readers predict where to find the information they seek, so they can navigate around the page faster and easier. This increases both the efficiency and the enjoyment of their reading experience. If you've ever typed a paper using a word processing program on a computer, you have used a grid before. You made decisions about the margins and the spacing of your text, and applied those decisions consistently to the whole paper.

More complex grids offer a wider variety of design options to designers. The complexity of a grid should be appropriate to the variety of graphics and typographic devices to be included in the publication. Establishing rules about how type and images should consistently relate to the grid will help you to accommodate and organize multiple types of information, easing reader navigation and comprehension. The first step in creating a complex grid, is to understand the components that are used to build one. A grid's format is the overall area of the layout; it is defined by the outside edges of the page. The format is likely to be influenced by production standards of materials (like paper) and equipment (like printers). This is because variation from standardized sizes tends to add cost. The grid area, (sometimes called the text page), which is shown in figure 6-4a, is the active area within the format in which type and images may be placed. The negative spaces between the outside edges of the grid area and the format, are the margins. The combination of the inside margins of a book or magazine layout closest to the binding is called the gutter, shown in 6-4b. A gutter jump happens when typographic or graphic elements stretch across the gutter to inhabit both pages of a spread - that is, two facing pages of an open book or magazine that make up one continuous layout. The grid area can be divided vertically into columns separated by narrow areas of negative space called alleys. Of course, the

3

Hình |6-1e|

Ô lưới phức tạp hơn một chút, điều tiết khối trích dẫn được thụt lề.

Tuy nhiên, có một điều quan trọng luôn phải ghi nhớ: Ô lưới chỉ là một công cụ. Mục đích của ô lưới là mang lại thứ tự, tính đồng nhất cũng như ý nghĩa nhận diện của layout trong một tài liệu hoặc môi trường kỹ thuật số, trong khi vẫn giúp cho công việc của nhà thiết kế đơn giản và nhanh chóng hơn. Với đa số trường hợp, ô lưới sẽ không hiển thị trên ấn phẩm cuối cùng, mà chỉ được dùng để đặt các thành phần thiết kế lên trang. Khán giả sẽ không nhìn thấy ô lưới của nhà thiết kế, mà chỉ thấy những layout thống nhất, được tổ chức tốt nhờ sử dụng ô lưới. Layout được xây dựng bằng cách sử dụng ô lưới có xu hướng dễ tiếp cận hơn đối với độc giả, do hệ thị giác đồng nhất (uniform visual system) giúp họ tìm được thông tin cần thiết. Điều này giúp gia tăng cả tính hiệu quả lẫn niềm vui thưởng thức của độc giả từ trải nghiệm đọc của chính họ.

Thuật ngữ

ô lưới (grid): một framework bao gồm các đường gióng (guideline) hình thành nên cấu trúc cơ bản của một layout, bằng cách phân chia layout thành những đơn vị không gian có thể chứa văn bản, hình ảnh hoặc không gian âm.

Phiêu lưu TRONG THẾ GIỚI THIẾT KẾ

TỶ LỆ VÀNG

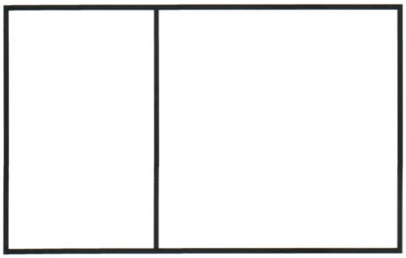
Xuyên suốt chiều dài lịch sử, con người đã bị mê hoặc bởi khái niệm tỷ lệ (proportion). Thời Ai Cập và Hy Lạp cổ đại, các triết học gia, nghệ sỹ, kiến trúc sư và nhà toán học đã nghiên cứu thế giới tự nhiên, nhằm mục đích tìm ra mối liên hệ về mặt không gian mô tả cách sử dụng không gian hài hòa, hiệu quả. Và người ta phát hiện ra cái gọi là "Tỷ lệ vàng" ("The Golden Section") hay "Tỷ lệ thần thánh" ("The Divine Proportion").

Hãy xem xét hình chữ nhật ở Hình A.



Hình A: Hình chữ nhật với tỷ lệ 5:8.

Một hình chữ nhật (hay ô lưới) có tỷ lệ trên (1:1,618 hay 5:8) được nhiều người cho là tỷ lệ hài hòa nhất trong tự nhiên, bởi khi hình này chia thành một hình vuông và một hình chữ nhật, như minh họa ở Hình B, tỷ lệ giữa chiều rộng (cạnh ngắn hơn trong phần tô đậm ở Hình C) và chiều dài (cạnh dài hơn trong phần tô đậm ở Hình D) của hình chữ nhật được chia giống với tỷ lệ giữa chiều rộng (phần ngắn hơn trong phần tô đậm ở Hình E) và chiều dài (phần dài hơn trong phần tô đậm trên Hình F) của hình chữ nhật gốc.



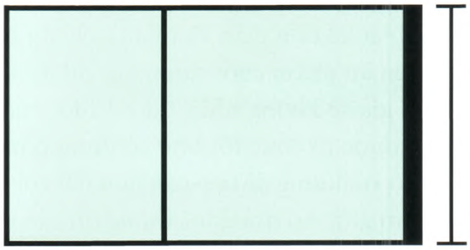
Hình B: Có thể chia một hình chữ nhật với tỷ lệ 5:8 thành một hình vuông và một hình chữ nhật, trong đó hình chữ nhật cũng có tỷ lệ 5:8.



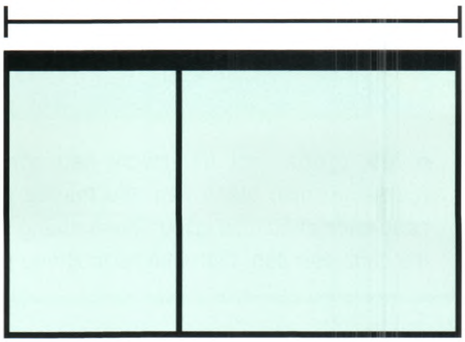
Hình C: Chiều rộng của hình chữ nhật bên trong.



Hình D: Chiều dài của hình chữ nhật bên trong.

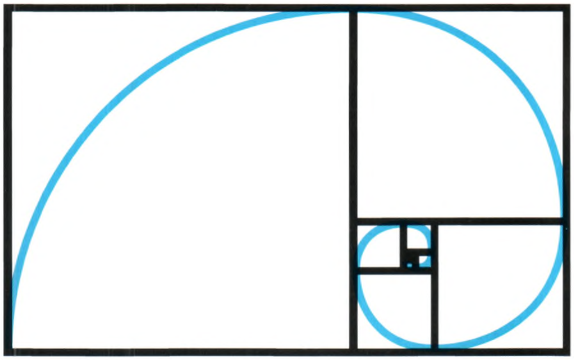


Hình E: Chiều rộng của hình chữ nhật gốc.

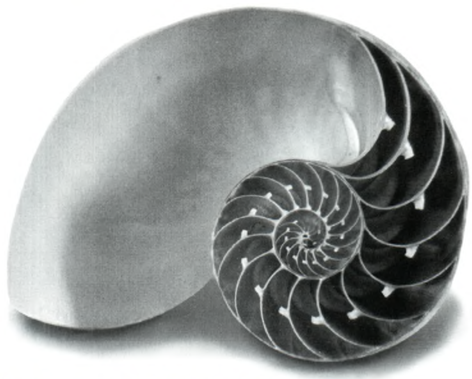


Hình F: Chiều dài của hình chữ nhật gốc.

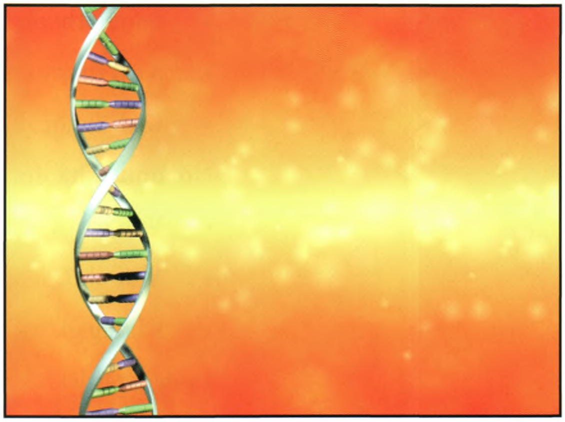
Do đó, điều này có nghĩa là mỗi khi một hình chữ nhật với tỷ lệ 5:8 được chia thành một hình vuông và một hình chữ nhật, sẽ không có không gian nào bị lãng phí, những môđun này có thể được nhóm lại với nhau một cách hiệu quả, như bạn có thể thấy ở Hình G. Vì mô hình này cung cấp cách thức hiệu quả để tăng thêm ô (cell), nên đã được tìm thấy rất nhiều trong tự nhiên, từ hình dạng của vỏ ốc anh vũ (Hình H) đến kiến trúc xoắn đôi tạo nên DNA của chúng ta (Hình I).



Hình G: Tỷ lệ vàng.

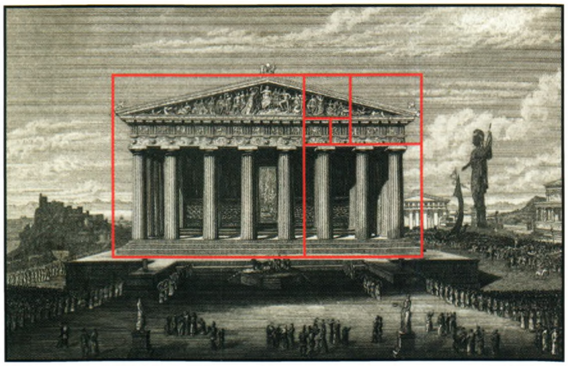


Hình H: Vỏ ốc anh vũ, ảnh lấy từ cuốn *Symmetry: A Unifying Concept* (tạm dịch: *Phép đối xứng: Một concept về tính thống nhất*), xuất bản bởi Công ty xuất bản Shelter, Bolinas, CA. *© Bản quyền năm 1994 thuộc về István Hargittai và Magdolna Hargittai.*



Hình I: Kiến trúc xoắn đôi tạo nên DNA của chúng ta. *© Bản quyền thuộc về Ethan Myerson/iStockphoto.*

Nghiên cứu cho thấy con người có xu hướng ưu tiên những hình dạng và bố cục của Tỷ lệ vàng, đó cũng là lý do khiến các kiến trúc sư Hy Lạp cổ đại, họa sỹ thời kỳ châu Âu Phục hưng và nhiều nhà thiết kế đương thời sử dụng tỷ lệ này để tạo ra những layout cũng như thiết kế hài hòa, cân đối. Chúng ta có thể quan sát thiết kế của đền Parthenon thời kỳ Hy Lạp cổ đại áp dụng Tỷ lệ vàng này như thế nào ở Hình J.



Hình J: Đền Parthenon được xây dựng dựa trên các tỷ lệ của Tỷ lệ vàng.

CÁC VẤN ĐỀ CẦN CÂN NHẮC KHI THIẾT KẾ

Để quyết định hình thức của ô lưới, trước mắt nhà thiết kế cần xem xét các yêu cầu của vấn đề thiết kế. Những vấn đề cần cân nhắc này bao gồm nhiều khía cạnh:

Yêu cầu về kích thước:

- Lượng thông tin phải được bao hàm trên mỗi trang.
- Kích thước chữ và đối tượng sẽ áp dụng vào ô lưới.
- Kích thước, hình dạng và phương hướng cuối cùng của tài liệu.

Nội dung khả thi:

- Văn bản và hình ảnh.
- Mục chữ.
- Không gian âm.

Concept thiết kế:

- Phong cách, tâm trạng, tinh thần chung của tài liệu hoặc trang Web.
- Nhu cầu cụ thể của đối tượng khán giả mục tiêu.
- Phù hợp với hình ảnh của khách hàng.

Để dựng ô lưới, nhà thiết kế sử dụng tập hợp các đường gióng theo phương ngang, dọc, chéo và/hoặc theo hình dạng để phân chia layout thành những đơn vị không gian chứa văn bản và hình ảnh, hoặc có thể để trống. Hình thức mà bạn muốn tạo cho thiết kế sẽ biểu thị mối quan hệ giữa các thành phần thiết kế với ô lưới.

GHI CHÚ

Không gian âm là một phần quan trọng của mọi layout. Không gian mở (open space) trong layout có thể tạo ra không gian trang trọng mà đơn giản, đồng thời giúp tăng tính dễ đọc cho người xem. Giống như ô lưới có thể được dùng với mục đích giúp tổ chức các thành phần đồ họa và typography, không gian âm cũng được sử dụng để giúp tổ chức và phân bố những khu vực còn trống.

Yêu cầu sản xuất

Định dạng (format) của ô lưới là diện tích tổng thể của layout, được xác định bởi các cạnh bên ngoài của trang. Bất kể được dùng để tạo ra thiết kế cho ấn phẩm in hay xem trên màn hình, cấu trúc của ô lưới vẫn bị ảnh hưởng bởi kích thước sản xuất chuẩn có thể áp dụng được cho phương tiện cuối cùng. Chẳng hạn, một ô lưới cho trang Web phải phù hợp với kích thước và tỷ lệ màn hình trung bình, trong khi ô lưới dùng cho cuốn brochure gửi đi trực tiếp phải phù hợp với kích thước bưu chính và chữ in chuẩn. Sự khác biệt so với kích thước chuẩn

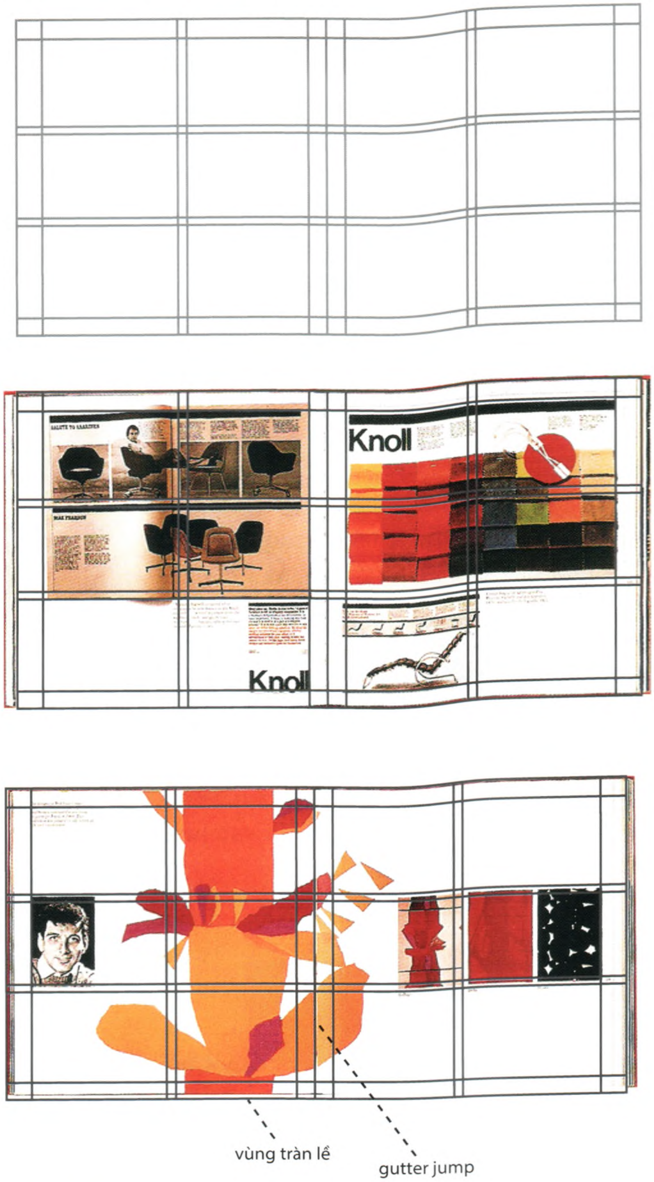
có thể làm tăng chi phí, đồng thời có nguy cơ tạo ra sự không tương thích với nhu cầu của người dùng. Ví dụ, một tấm danh thiếp hình ngôi sao có thể gây được nhiều sự chú ý, song sẽ tốn kém khi sản xuất, do loại danh thiếp này đòi hỏi một khuôn cắt (die-cut) đặc biệt và sẽ không thể tối đa hóa việc sử dụng tờ giấy bìa cứng in danh thiếp chuẩn (cardstock). Thực tế, hình dạng khác thường sẽ không vừa với ví của khách hàng (ví được thiết kế để chứa các thẻ tín dụng (credit card) hoặc danh thiếp kích cỡ chuẩn), do vậy có thể gây phản tác dụng. Định dạng mặc định đối với hầu hết thiết kế ô lưới cần tuân theo các quy ước về sản phẩm; thường thì điều này có nghĩa là làm việc với tổ hợp lưới dạng hình vuông hoặc hình chữ nhật. Mặc dù có thể thiết kế định dạng ô lưới khác biệt so với quy ước sản phẩm, song bạn chỉ nên cố gắng với một mục đích cụ thể trong đầu, đồng thời nhận thức rõ về độ phức tạp và các chi phí phụ trội có thể phát sinh.

Quy hoạch thị giác/phân chia bố cục

Hãy **quy hoạch thị giác/phân chia bố cục (visual program)**, hoặc tạo ra một tập các tham số hướng dẫn cách chữ và hình ảnh cần liên kết nhất quán với ô lưới, nhằm giúp bạn bao chứa, điều tiết và tổ chức nhiều kiểu thông tin, cải thiện tính định hướng khi đọc cũng như khả năng lĩnh hội. Chẳng hạn, như một phần việc trong quy hoạch thị giác/phân chia bố cục, bạn phải quyết định trường (field) nào chứa hoặc không chứa hình ảnh và/hoặc văn bản. Bạn cũng phải quyết định cách thức căn lề cho hàng loạt đối tượng khác nhau; cách căn trái, căn phải, căn hai lề đều thẳng, hoặc căn giữa hình ảnh và văn bản dọc theo một đường gióng hoặc giữa hai đường gióng. Quyết định cách căn gióng nhiều đối tượng khác nhau sao cho nhất quán với ô lưới có thể góp phần tạo nên tính thống nhất của toàn bộ layout.

Ô lưới có thể được nhà thiết kế sử dụng theo nhiều cách khác nhau. Đôi khi, ô lưới được dùng khá chặt chẽ theo một cách quy hoạch thị giác/phân chia bố cục cứng nhắc. Tuân thủ nghiêm ngặt ô lưới đặc biệt hữu ích khi làm việc với một chuỗi các mục (item); chiến lược này có thể tạo ra ý nghĩa mạnh mẽ về sự thống nhất và ấn tượng thuyết phục đối với nhận diện thương hiệu (brand identity). Chẳng hạn, nếu bạn đang thiết kế một bộ sưu tập thẻ bài giao đấu (trading card), thiết kế bao bì cho một dòng sản phẩm, hoặc thiết kế bìa cho một bộ sách, quy hoạch thị giác/phân chia bố cục cứng nhắc có thể sẽ rất hữu dụng.

Không phải lúc nào ô lưới cũng được sử dụng theo cách chặt chẽ như vậy. Đôi khi, ô lưới được thiết lập trước thời điểm bắt đầu thiết kế, nhưng thường thì ô lưới sẽ xuất hiện và phát triển xuyên suốt quá trình thiết kế. Sử dụng một ô lưới linh hoạt, nhà thiết kế có thể thiết lập và áp các đường gióng vào để căn gióng các thành phần thiết kế khi cần thiết. Sau đó, họ có thể tái sử dụng và tiếp tục áp ô lưới này để tạo ra những thiết kế có liên quan.



Hình |6-2|

Cùng một ô lưới phủ lên hai layout rất khác biệt từ cuốn *Knoll Design* (tạm dịch: *Thiết kế của Knoll*), được Massimo Vignelli của Hiệp hội Vignelli sáng tạo cho Công ty Knoll International.

Kết hợp các mục của ô lưới

Khi thiết lập một quy hoạch thị giác/phân chia bố cục, nhà thiết kế phải quyết định cách thức các trường có thể (hoặc không thể) được kết hợp như thế nào. Với lối sử dụng ô lưới cực kỳ nghiêm ngặt, văn bản và đối tượng có thể chỉ bắt đầu cũng như kết thúc tại các đường gióng; lối sử dụng ô lưới linh hoạt hơn cho phép nhà thiết kế đặt văn bản và đối tượng bắt đầu tại một đường gióng, sau đó mở rộng ra xa, nếu cần; do vậy, nội dung có thể không điền kín một trường, hoặc có thể mở rộng sang những trường khác, khi cần. Nhà thiết kế cũng có thể kết hợp các trường với nhau, để một đối tượng hoặc mục văn bản có thể bắt đầu tại một đường gióng và kết thúc trên vài đường gióng. **Gutter jump** xảy ra khi các thành phần typography hoặc thành phần đồ họa kéo dài qua phần gutter (khoảng cách cột giữa hai trang liền kề) để có mặt tại các trường thuộc cả hai trang của một trang đôi, như minh họa ở Hình 6-2. Thi thoảng, một thành phần mở rộng vào vùng lề (margin) lân cận, sau đó mở rộng sang bên phải qua cạnh của trang. Một thành phần mở rộng vượt ra khỏi đường cắt của layout được gọi là **vùng bù xén (bleed)**. Đôi khi, **đường cắt (trim line)** hoặc **dấu xén (trim mark)** được thêm vào layout để chỉ vị trí cắt đường xén giấy (guillotine cut) sau khi in. Trong Hình 6-2, bạn thấy hai layout rất khác nhau; chúng được tạo ra nhờ sử dụng chung ô lưới đang phủ lên hai layout. Lưu ý, các thành phần không phải lúc nào cũng lấp kín các trường chứa chúng, thi thoảng những đối tượng này có thể kéo dài các đường gióng để chiếm không gian của nhiều trường. Cũng cần lưu ý rằng, các trường cũng có thể để trống.

Thuật ngữ

định dạng (format): diện tích tổng thể của layout, được xác định bởi các cạnh bên ngoài của trang.

đường cắt (trim line) hay **dấu xén (trim mark):** đường thẳng hoặc dấu cho biết vị trí cắt đường xén giấy sau khi in.

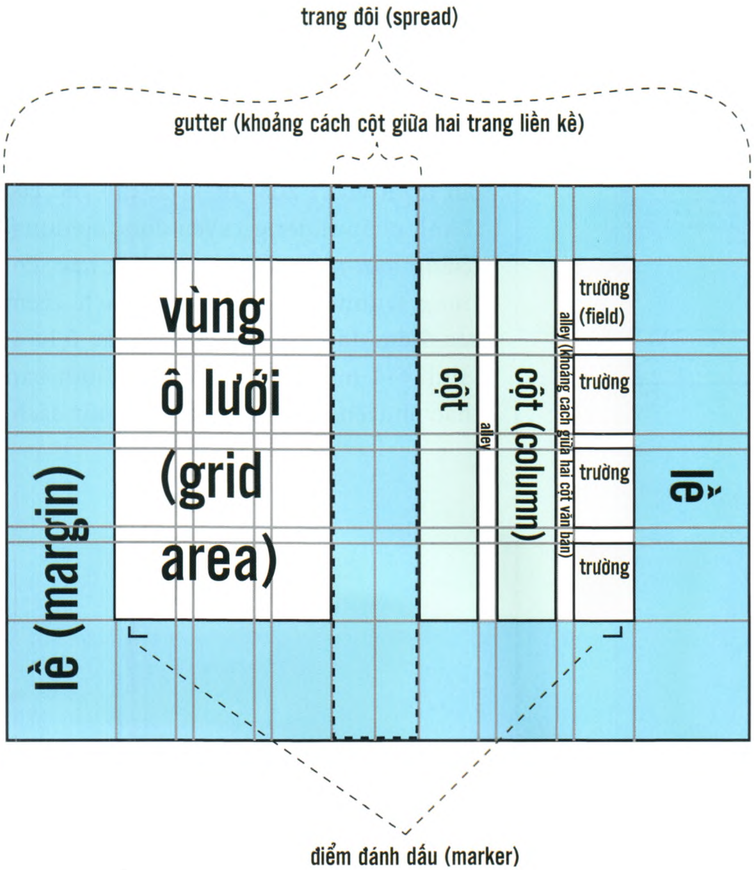
gutter jump: một thành phần typography hoặc thành phần đồ họa kéo dài qua phần gutter (khoảng cách cột giữa hai trang liền kề) để có mặt tại các khu vực thuộc cả hai trang của một trang đôi.

quy hoạch thị giác/phân chia bố cục (visual program): tập các tham số hướng dẫn cách chữ và hình ảnh cần liên kết nhất quán với ô lưới.

vùng bù xén (bleed): thành phần typography hoặc thành phần đồ họa mở rộng, vượt ra khỏi đường cắt của layout.

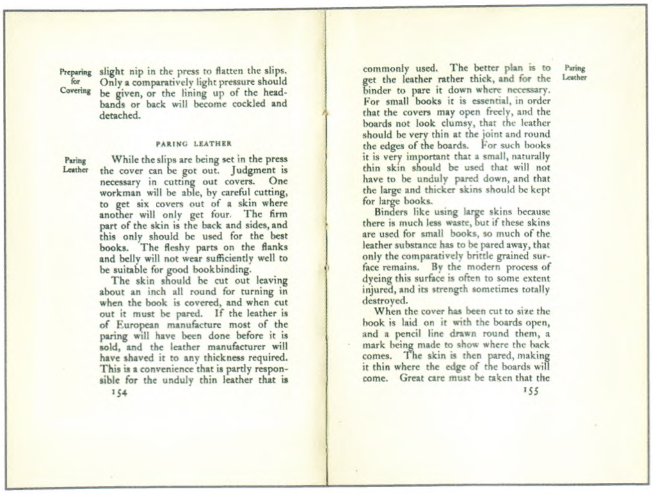
LAYOUT Ô LƯỚI

Ô lưới thêm tính nhất quán vào các tài liệu nhiều trang như sách, tạp chí, báo hay brochure (sách nhỏ quảng cáo). Tùy theo nhu cầu của từng dự án cụ thể mà nhà thiết kế có thể dùng quy hoạch thị giác/phân chia bố cục linh hoạt hay chặt chẽ để triển khai cấu trúc của một ấn phẩm nhiều trang. Mặc dù bất cứ tập hợp đường gióng nào cũng có thể thiết lập được một ô lưới, song cũng có vài cách áp dụng ô lưới truyền thống, đặc trưng vào các tài liệu nhiều trang để thiết lập trật tự, đó là thông qua việc sử dụng nhất quán các thành phần của ô lưới, như minh họa ở Hình 6.3.



Hình |6-3|

Các thành phần của ô lưới.



Preparing for Covering

slight nip in the press to flatten the slips. Only a comparatively light pressure should be given, or the lining up of the headbands or back will become cockled and detached.

PARING LEATHER

Paring Leather

While the slips are being set in the press the cover can be got out. Judgment is necessary in cutting out covers. One workman will be able, by careful cutting, to get six covers out of a skin where another will only get four. The firm part of the skin is the back and sides, and this only should be used for the best books. The fleshy parts on the flanks and belly will not wear sufficiently well to be suitable for good bookbinding.

The skin should be cut out leaving about an inch all round for turning in when the book is covered, and when cut out it must be pared. If the leather is of European manufacture most of the paring will have been done before it is sold, and the leather manufacturer will have shaved it to any thickness required. This is a convenience that is partly responsible for the unduly thin leather that is

154

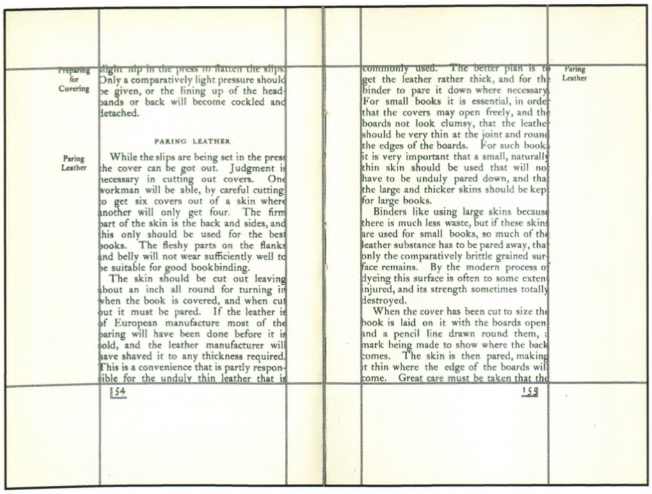
commonly used. The better plan is to get the leather rather thick, and for the binder to pare it down where necessary. For small books it is essential, in order that the covers may open freely, and the boards not look clumsy, that the leather should be very thin at the joint and round the edges of the boards. For such books it is very important that a small, naturally thin skin should be used that will not have to be unduly pared down, and that the large and thicker skins should be kept for large books.

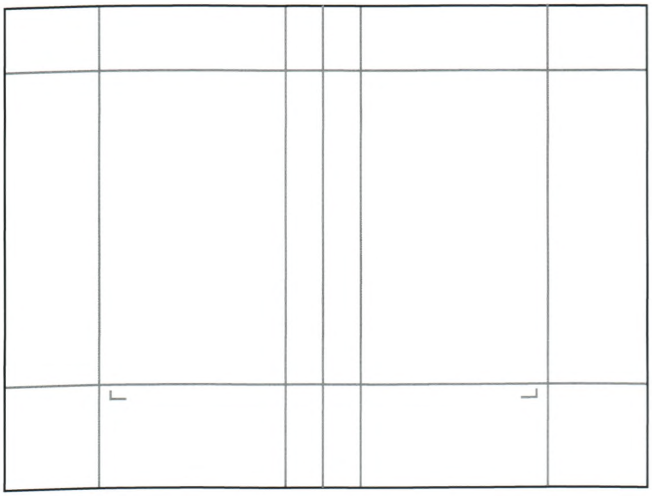
Paring Leather

Binders like using large skins because there is much less waste, but if these skins are used for small books, so much of the leather substance has to be pared away, that only the comparatively brittle grained surface remains. By the modern process of dyeing this surface is often to some extent injured, and its strength sometimes totally destroyed.

When the cover has been cut to size the book is laid on it with the boards open, and a pencil line drawn round them, a mark being made to show where the back comes. The skin is then pared, making it thin where the edge of the boards will come. Great care must be taken that the

155





Ô lưới bản thảo

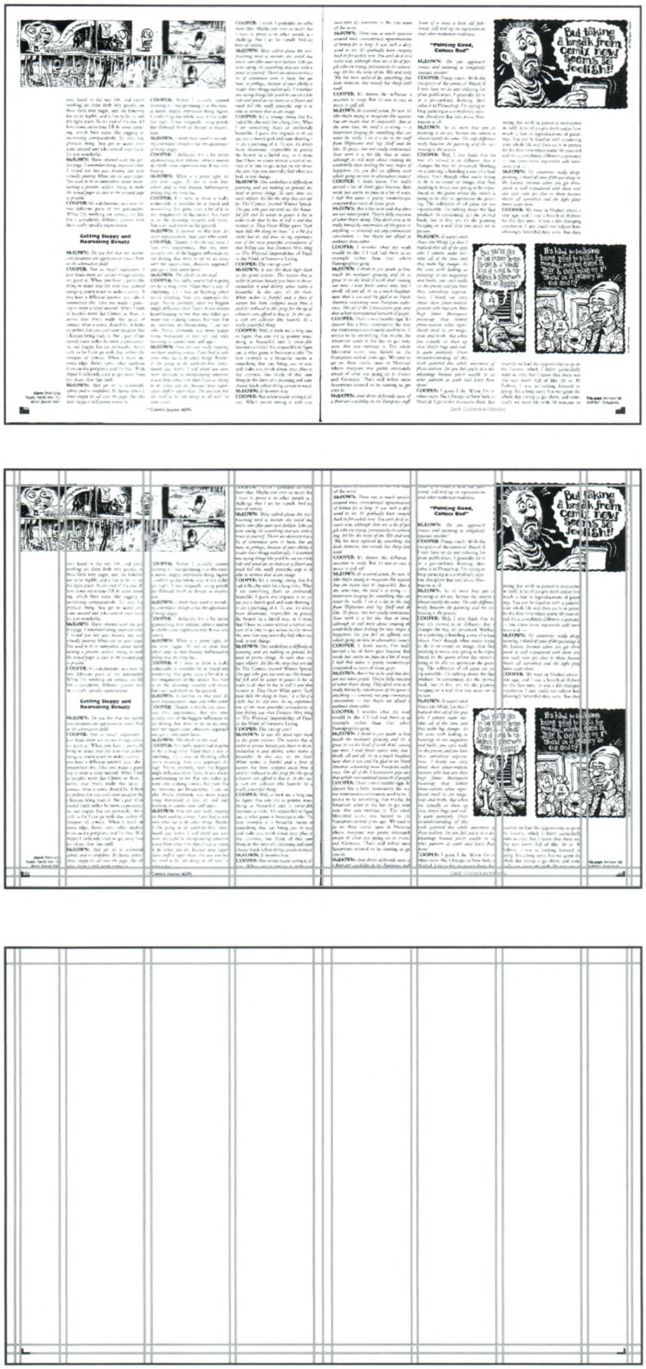
Đối với các ấn phẩm nhiều trang bao gồm nhiều dải dài chứa văn bản kéo dài liên tục, ví dụ như sách, có thể bạn sẽ muốn tạo một ô lưới bản thảo (manuscript grid), đó là ô lưới chứa một vùng nội dung lớn, được bao quanh bởi **lề (margin)**. Vùng nội dung lớn này được gọi là **vùng ô lưới (grid area)**, hay còn gọi là **trang văn bản (text page)** hoặc **vùng văn bản (text area)**. Vùng ô lưới là vùng rất hiệu quả nằm bên trong định dạng (format), là nơi có thể đặt văn bản và hình ảnh; vùng lề là các không gian âm giữa những cạnh ngoài của vùng ô lưới và định dạng. Không gian được hình thành bởi hai lề bên trong layout của một cuốn sách hoặc tạp chí nằm gần gáy sách nhất gọi là **gutter (khoảng cách cột giữa hai trang liền kề)**. Khi ấn phẩm là một cuốn sách, ô lưới bản thảo thường được đặt trên hai trang liền nhau để tạo ra layout liên tục, hay còn gọi là **trang đôi (spread)**, đối xứng nhau. Bạn cũng có thể chỉ định vị trí xuất hiện cụ thể cho các thành phần thường xuyên được áp dụng, chẳng hạn như số trang (folio) hay đầu trang (running head), bằng cách thêm các **điểm đánh dấu (marker)** vào ô lưới. Hình 6-4 minh họa ví dụ về ô lưới bản thảo phủ lên một trang đôi của cuốn sách.

Hình |6-4|

Ô lưới bản thảo phủ lên hai trang liền kề đối xứng nhau thuộc một trang đôi của cuốn sách *No. I. Bookbinding* (tạm dịch: *Nghệ thuật đóng sách hàng đầu*) của W. R. Lethaby.

Ô lưới cột

Khi layout chứa khối lượng văn bản lớn và không liên tục, như trong một số bài báo ngắn của một tờ báo hoặc tạp chí, vùng ô lưới của ô lưới bản thảo có thể được chia thành các cột theo phương dọc, tạo nên ô lưới cột (column grid). Ô lưới cột rất giống ô lưới bản thảo chỉ thay thế một khu vực lớn dành cho nội dung, vùng ô lưới thì chia thành hai hoặc nhiều cột, thường được phân tách bởi các vùng không gian âm hẹp gọi là **alley (khoảng cách giữa hai cột văn bản)**, như minh họa ở Hình 6-3. Hình 6-5 minh họa ví dụ về ô lưới cột phủ lên trang đôi của một tờ báo.



Hình |6-5|

Ô lưới cột phủ lên các trang liền kề của một trang đôi trích từ tờ tạp chí *The Comics Journal* (tạm dịch: *Tạp chí Truyện tranh*), số 245, phát hành tháng 8 năm 2002, do Peppy White của Hãng Fantagraphics Books thiết kế.



Hình |6-6|

Tổ hợp lưới phủ lên các trang liền kề của một trang đôi trích từ cuốn sách *The Designer and the Grid* (tạm dịch: *Nhà thiết kế và Ô lưới*) được viết bởi Lucienne Roberts và JuliaThrift, do Lucienne Roberts và Bob Wilkinson thuộc studio sans+baum thiết kế.

Tổ hợp lưới

Tất nhiên, bạn cũng có thể chia nhỏ một ô lưới theo phương ngang để tạo ra tổ hợp lưới (modular grid), như minh họa ở Hình 6-3. Việc chia nhỏ ô lưới theo phương ngang tạo ra chuỗi các **trường (field)**, hay môđun (module), và bạn có thể đặt văn bản cũng như hình ảnh vào những vị trí này. Đối với layout bắt buộc phải chứa nhiều hình ảnh hay hình vẽ đồ họa, việc sử dụng tổ hợp lưới rất hữu hiệu. Tổ hợp lưới thường được chia theo cả phương ngang lẫn phương dọc thành những chuỗi trường có kích thước tương đương, đôi khi phân tách nhau nhờ các alley. Nếu từng sử dụng một mảnh giấy vẽ đồ thị, hẳn bạn đã dùng tổ hợp lưới rồi. Thường thì các trường của tổ hợp lưới được vẽ như những box độc lập thay vì một ô lưới với các đường gióng chồng lấp lên nhau, dù cả hai cách tiếp cận này đều chấp nhận được. Hình 6-6 minh họa ví dụ về một tổ hợp lưới phủ lên trang đôi của một cuốn sách.

Ô lưới đường baseline

Khi thiết kế cần chứa lượng văn bản đáng kể với một kích thước point duy nhất (như một tờ báo chẳng hạn), thì việc thiết lập ô lưới đường baseline (baseline grid) sẽ rất hữu ích. Đó là do loại ô lưới này có thể giúp bạn đảm bảo các dòng văn bản trong những cột lân cận được xếp thành hàng và tối đa hóa việc sử dụng không gian trong layout. Để tạo layout đường baseline, bạn chỉ cần thêm các đường gióng ngang ở những khoảng dừng không gian cách đều nhau vào kích thước point của kiểu chữ bạn chọn (bao gồm cả leading). Như vậy sẽ tạo ra những trường có khả năng chứa các văn bản rất hoàn hảo với kích thước bạn muốn. Không may là, các thay đổi về kích thước point có thể trông rất khác lạ trên ô lưới đường baseline, do không thể chia tỷ lệ leading với chữ nếu không can thiệp vào ô lưới.

Nếu từng viết trong những cuốn vở có đường kẻ trước đây, tức là bạn đã sử dụng ô lưới đường baseline. Giống như những đường xanh dương nhạt biểu thị đường baseline cho mỗi phép đo bản viết tay của bạn, các đường gióng của ô lưới đường baseline cũng đóng vai trò tương tự với chữ. Nếu bạn định sử dụng một kích thước point chuẩn cho chữ trong phần văn bản nội dung, ô lưới đường baseline có thể giúp bạn đảm bảo rằng chữ sẽ dễ dàng được sắp xếp vừa khớp và không gian giữa các đoạn văn với những tiêu đề xung quanh sẽ dễ dàng được điều chỉnh. Một ô lưới đường baseline có thể kết hợp với những kiểu ô lưới truyền thống khác để tạo ra một ô lưới rất phức tạp và linh hoạt, như minh họa ở Hình 6-3. Hình 6-7 minh họa ví dụ về ô lưới đường baseline che phủ lên trang đôi của một cuốn sách.

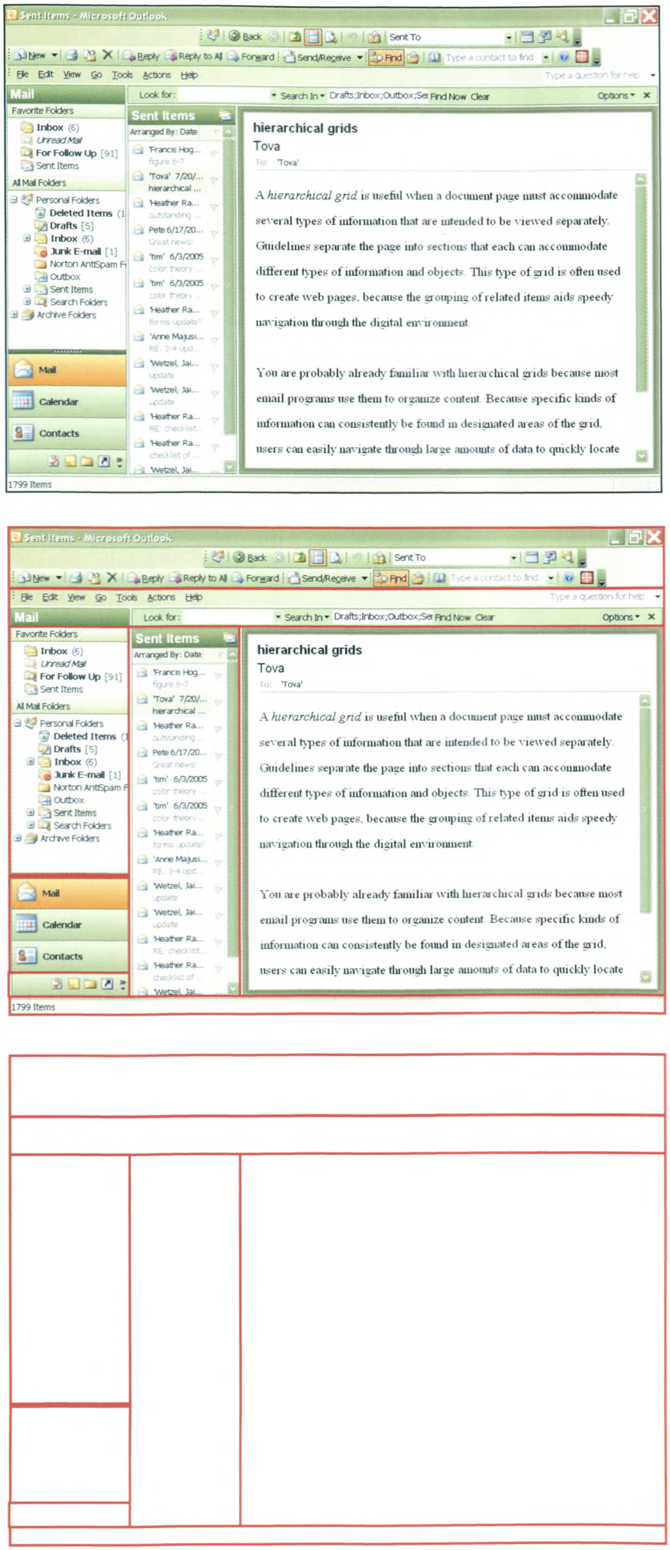


Hình 6-7

Ô lưới đường baseline che phủ lên tổ hợp lưới ở Hình 6-6.

Lưới ưu tiên

Lưới ưu tiên (hierarchical grid) rất hữu ích khi một trang tài liệu phải bao chứa nhiều loại thông tin có xu hướng được xem riêng biệt. Các đường gióng chia tách trang thành nhiều phần, với mỗi phần chứa đựng từng loại thông tin và đối tượng khác nhau. Loại ô lưới này thường được dùng để tạo trang Web, do việc nhóm các mục liên quan với nhau có thể hỗ trợ điều hướng nhanh trong môi trường kỹ thuật số. Có thể bạn đã quen với lưới ưu tiên, bởi hầu hết phần mềm quản lý thư điện tử (e-mail) đều sử dụng kiểu ô lưới này để tổ chức nội dung. Vì các kiểu thông tin cụ thể có thể được tìm thấy nhất quán tại những khu vực chỉ định sẵn của ô lưới, nên người dùng có thể dễ dàng điều hướng qua rất nhiều dữ liệu để xác định nhanh vị trí nội dung cụ thể. Hình 6-8 minh họa ví dụ về lưới ưu tiên che phủ lên một chương trình thư điện tử phổ biến.

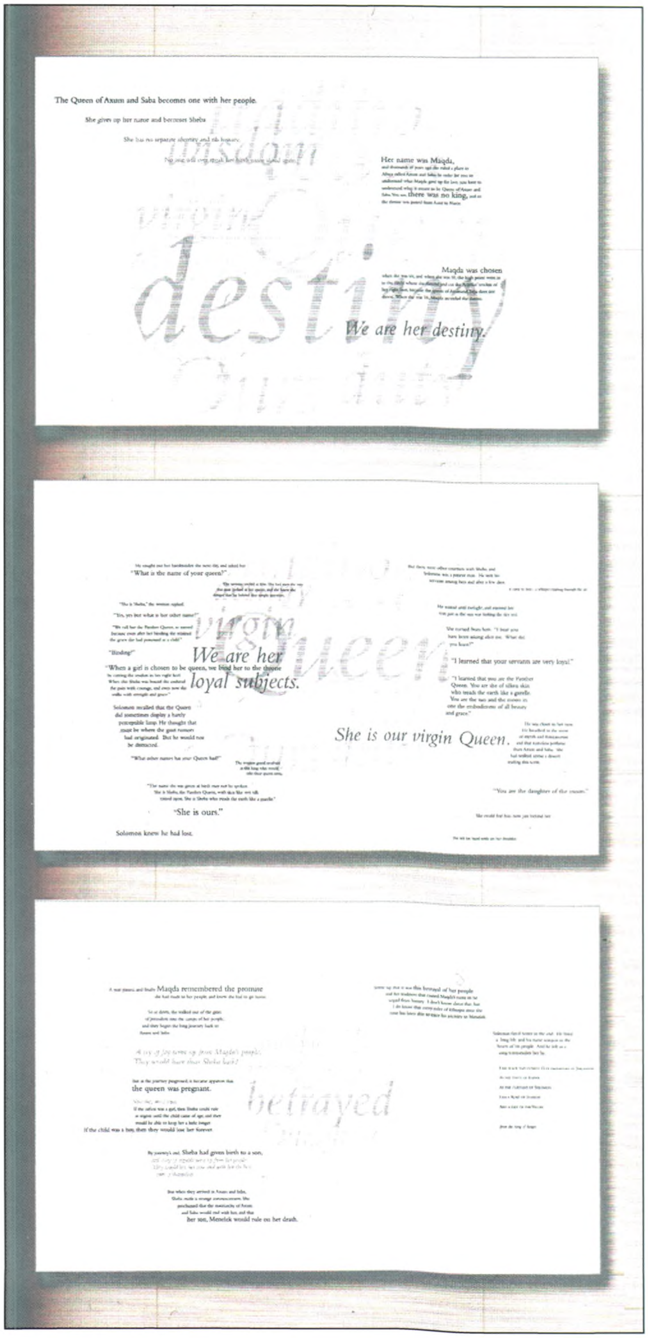


Hình |6-8|

Lưới ưu tiên che phủ lên chương trình thư điện tử phổ biến - Microsoft Outlook.

Các phương án ô lưới phi truyền thống khác

Mặc dù ô lưới thường được dựng nhiều nhất từ những đường ngang và dọc, song bạn cũng có thể kết hợp chặt chẽ các đường gióng chéo hoặc có hình dạng lại với nhau để tạo ra ô lưới. Ví dụ, Hình 6-9 minh họa một thiết kế dựa trên kiểu ô lưới với các vòng tròn đồng tâm (concentric circle).

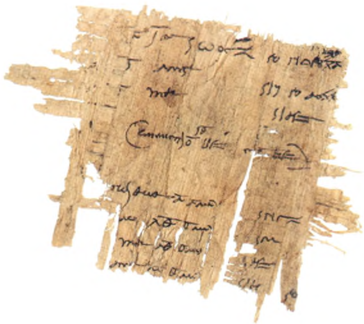


Hình |6-9|

Các trang từ bài luận giàu tính trực quan “A Broken Promise” (tạm dịch: “Thất hứa”) của Julie Saunders Carlini, sử dụng kiểu ô lưới với các vòng tròn đồng tâm.

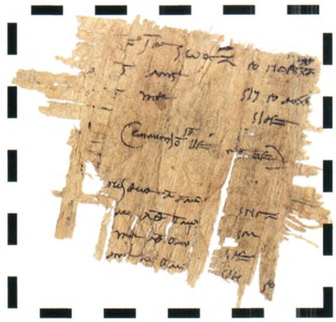
CÁC VẤN ĐỀ CẦN CÂN NHẮC VỀ HÌNH DẠNG VÀ KÍCH THƯỚC

Đôi khi, bạn cần điều chỉnh một đối tượng có hình dạng không đều sao cho vừa vặn, như minh họa ở Hình 6-10a, vào một ô lưới như trên Hình 6-10b. Cách tốt nhất để thực hiện điều này là tưởng tượng ra một **khung giới hạn (bounding box)** ẩn bao quanh đối tượng chạm vào các cạnh ngoài cùng, như minh họa ở Hình 6-10c. Hãy sử dụng các cạnh thẳng và các góc của khung giới hạn để căn gióng đối tượng theo một ô lưới, như biểu diễn trên Hình 6-10d.



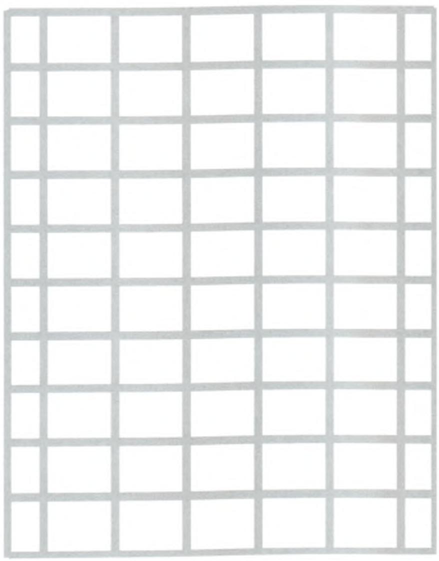
Hình |6-10a|

Đối tượng có hình dạng không đều.



Hình |6-10c|

Khung giới hạn bao quanh bức ảnh có hình dạng không đều.



Hình |6-10b|

Ô lưới với các đường gióng dọc và ngang.



Hình |6-10d|

Khung giới hạn chứa bức ảnh có hình dạng không đều được căn gióng theo một ô lưới.

Thuật ngữ

alley (khoảng cách giữa hai cột văn bản): vùng không gian âm hẹp chia tách các cột.

điểm đánh dấu (marker): dấu hiệu cho biết vị trí của một thành phần lặp lại trong layout, ví dụ như đầu trang (running foot) hoặc số trang (folio).

gutter (khoảng cách cột giữa hai trang liền kề): không gian hình thành bởi hai lề bên trong layout của một cuốn sách hoặc tạp chí nằm gần gáy sách nhất.

lề (margin): những khoảng không gian âm nằm giữa các cạnh bên ngoài của vùng ô lưới và định dạng.

khung giới hạn (bounding box): khung ẩn bao xung quanh một đối tượng có hình dạng khác thường để căn gióng đối tượng theo một ô lưới.

trang đôi (spread): hai trang liền nhau của một cuốn sách hoặc tạp chí đang mở, tạo nên một layout liên tục.

trường (field): môđun của ô lưới, là nơi đặt văn bản và hình ảnh.

vùng ô lưới (**grid area**, còn gọi là **trang văn bản** hay **vùng văn bản**): vùng rất hiệu quả nằm bên trong định dạng, là nơi có thể đặt văn bản và hình ảnh.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Hầu hết tài liệu nhiều trang như tạp chí, sách, báo cáo thường niên, brochure và các tờ báo đều được thiết kế với ô lưới. Ô lưới đem lại tính thống nhất và cấu trúc cho tài liệu cũng như trang Web. Sử dụng ô lưới có thể giúp nhà thiết kế tiết kiệm cả thời gian lẫn chi phí, bởi họ chỉ cần ra quyết định về layout một lần, sau đó có thể áp dụng cho các trang khác của tài liệu, thay vì đưa ra quyết định mới cho mỗi trang mới. Sử dụng ô lưới cũng giúp tài liệu dễ tiếp cận độc giả hơn, do tính định hướng được cải thiện nhờ vào sự nhất quán của ô lưới.

Nhà thiết kế cần ra quyết định về layout của ô lưới dựa vào chức năng của nó, đồng thời phát triển layout dựa trên concept thiết kế, yêu cầu về nội dung, kích thước của bản thiết kế và các thành phần của nó. Tuy nhiên, điều quan trọng cần ghi nhớ là ô lưới chỉ được sử dụng như một công cụ, hoặc linh hoạt hoặc cứng nhắc. Khi đã cải thiện được sự hài hòa hoặc tính cân bằng, nhà thiết kế cần tạo ra những ngoại lệ cho thiết kế ô lưới.

Ôn tập

1. Tại sao nhà thiết kế lại sử dụng ô lưới?
2. Kể tên bốn loại ô lưới và mô tả các loại thông tin phù hợp nhất với mục đích sử dụng của những ô lưới này.
3. Nhà thiết kế sử dụng ô lưới để tạo ra layout như thế nào?
4. Làm thế nào để một đối tượng có hình dạng không đều có thể được căn gióng theo ô lưới. Khung giới hạn là gì?
5. Ô lưới có được nhìn thấy trong các thiết kế cuối cùng được công bố chính thức không?
6. Có bắt buộc phải căn gióng tất cả các thành phần của mọi thiết kế theo ô lưới không?

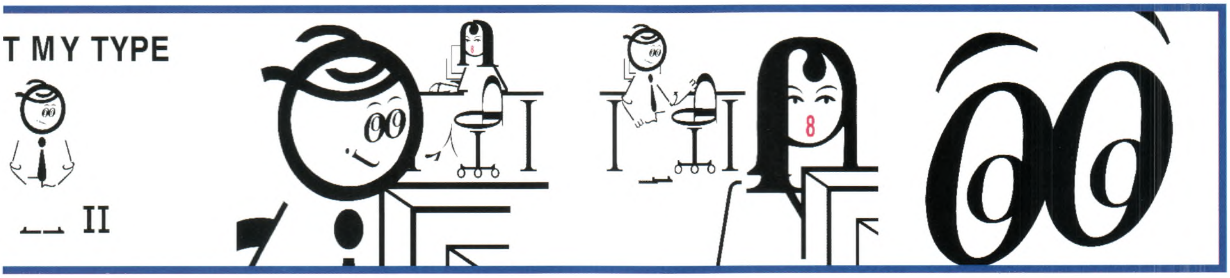
Bài tập

1. Hãy quan sát những cuốn sách, tạp chí, tờ báo, brochure, poster và trang Web để tìm một ví dụ về ô lưới bản thảo, ô lưới cột, tổ hợp lưới cũng như lưới ưu tiên.

2. Xác định ô lưới của nhà thiết kế trông như thế nào trong mỗi ví dụ bạn tìm được ở Bài tập 1. Bạn có thể thực hiện điều này bằng cách vẽ lại những đường gióng rõ ràng cho mỗi thiết kế lên một mảnh giấy can trong suốt. Sau đó, hãy kiểm tra một tài liệu nhiều trang như sách hoặc tạp chí để xem ô lưới đơn được dùng để tạo ra nhiều trang đôi ra sao. Đặt một miếng giấy can trong suốt lên một trang đôi mà bạn chọn, vẽ những đường gióng mà bạn nghĩ đó chính là đường gióng được nhà thiết kế sử dụng. Lặp lại quy trình này trên vài trang đôi trích từ một ấn phẩm tương tự, sử dụng các mảnh giấy can trong suốt khác cho mỗi lần bạn thực hiện. Cuối cùng, hãy cố gắng vẽ lại ô lưới gốc của nhà thiết kế bằng cách xếp theo khối dọc tất cả các bản can bạn đã vẽ và kết hợp với các đường gióng từ mỗi bản can.

3. Sử dụng những thông tin bạn tìm hiểu được về họ chữ ở Chương 3 để tạo ra một cuốn sách nhỏ với ô lưới. Mỗi trang đôi nên đặt tên một họ chữ, liệt kê các đặc điểm chung và chỉ ra ít nhất một ví dụ. Hãy chắc chắn bạn đã chừa đủ không gian cho các lề bên trong để thích nghi với phương pháp đóng gáy đã chọn.

4. Vẽ các đường gióng dọc, ngang và chéo để tạo ra một ô lưới bao gồm ít nhất 8 trường. Đồ lại ô lưới của bạn bốn lần lên giấy Bristol, để tạo ra bốn layout riêng biệt. Cắt những mảnh giấy từ các cuốn tạp chí rồi dán chúng vào các trường trong ô lưới của bạn, để tạo ra bốn bố cục khác nhau, trong đó mỗi bố cục tuân thủ nghiêm ngặt ô lưới bạn đã thiết lập, và mỗi bố cục kết hợp với các trường theo cách khác nhau.



Các khung hình (frame) từ phim hoạt hình ngắn *Not My Type II* (tạm dịch: *Không phải phong cách của tôi II*) của Lycette Bros.

CHƯƠNG 7

Mục tiêu bài học

- Nắm được các vấn đề về tính rõ ràng (legibility) và tính dễ đọc (readability) khi liên hệ với chữ trình chiếu (screen typography).
- Giải thích được bằng cách nào mà độ phân giải màn hình (screen resolution) có thể ảnh hưởng đến việc lựa chọn, sử dụng và thiết kế font.
- Làm quen với nhiều định dạng font khác nhau.
- Tìm và cài đặt font trên máy tính.
- Chuẩn bị những thiết kế chứa các font cần in ra.
- Tạo được kịch bản hình ảnh (storyboard) cho một sequence sử dụng chữ chuyển động (kinetic type).

Giới thiệu

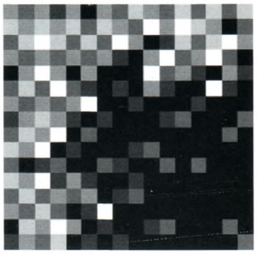
Theo truyền thống, typography là một nghề thủ công hướng đến sự chi tiết, tỉ mỉ ở mức cao, tại đó các nhà thiết kế, vốn có động cơ thúc đẩy từ việc yêu thích letterform (mặt chữ), đã làm việc với từng sắc thái của mỗi nét chữ (stroke) và serif trong các ký tự. Kiên nhẫn và tận tâm là những phẩm chất then chốt giúp nhà thiết kế tạo ra các typeface mới. Lý do là vì để hoàn tất một typeface mới, nhà thiết kế có thể mất nhiều tháng, thậm chí nhiều năm làm việc cật lực.

Công nghệ máy tính đã thay đổi toàn bộ điều đó. Việc tiếp cận được với phần cứng cũng như phần mềm thích hợp đã giúp bất cứ nhà thiết kế chuyên hoặc không chuyên nào cũng có thể dễ dàng và nhanh chóng trở thành một nhà sáng lập chữ (type founder). Kết quả là, đã xuất hiện một làn sóng tràn ngập các typeface mới, phong phú cả về chất lượng lẫn độ cách tân.

Nhiều người thấy máy tính hấp dẫn và thú vị hơn so với các công cụ sản xuất thiết kế đồ họa ban đầu. Tuy nhiên, các nhà thiết kế chuyên nghiệp hoàn toàn đồng ý rằng chìa khóa quan trọng nhất giúp sáng tạo nên những thiết kế chất lượng nhờ công nghệ máy tính là phải luôn ghi nhớ rằng: Máy tính chẳng khác gì một công cụ. Như nhiều công cụ khác, máy tính là một phương tiện mà nhờ đó, nhà thiết kế có thể biến trí tưởng tượng của mình thành hiện thực. Mặc dù các tính năng của bất cứ phương tiện nào cũng có thể ảnh hưởng đến cách truyền đạt của nhà thiết kế, song điều quan trọng là bạn nên đưa ra những lựa chọn dựa trên cơ sở kiến thức vững chắc về lý thuyết thiết kế, chứ đừng để bị dẫn dắt theo con đường dễ dàng nhất mà công cụ có thể mang đến. Một phương tiện truyền đạt không bao giờ chỉ huy được một thiết kế hay kiểm soát được một sản phẩm - chỉ nhà thiết kế mới làm được điều này.

Suốt hàng trăm năm qua, các quy ước typography đã tiến triển theo cách sử dụng chữ thích hợp. Các tiêu chuẩn này hầu hết đều dựa trên những lý thuyết đang phát triển về cách thức tối ưu hóa tính rõ ràng và tính dễ đọc của chữ. Những nguyên tắc này đã bị thách thức và thử nghiệm, cả về mặt thời gian lẫn tính khoa học thông qua việc sử dụng và loại bỏ. Khi áp dụng cho chữ trình chiếu, nhiều nhà thiết kế nhận thấy các quy ước này thực sự chưa thỏa đáng hoặc không phù hợp với môi trường kỹ thuật số.

CHỮ TRÌNH CHIẾU



Hình |7-1|

Một bitmap[1] 16 x 16 pixel. *Ảnh do Mike Kohnke của Công ty We Associated cung cấp, trích từ tác phẩm nghệ thuật màn hình* A Sense of Type *(tạm dịch:* Ý thức về Chữ*)*, www.weassociated.com/A_Sense_of_Type/2/pixel.html.

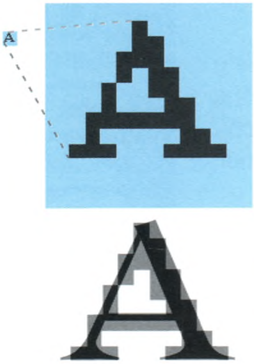
Độc giả trải nghiệm chữ trình chiếu trên máy tính rất khác so với định dạng giấy in. Đó là do với tài liệu in, độc giả tập trung mắt vào trang giấy với các nét chữ trên đó. Trong môi trường kỹ thuật số, họ tập trung mắt vào màn hình đang phát ra các sóng ánh sáng (light wave). Điều này vốn sẽ làm cho mắt mệt mỏi hơn nhiều.

Ngoài ra, độ phân giải thấp của màn hình máy tính không thể tái tạo lại mức độ chi tiết mà máy tính có khả năng tạo ra. Điều này có nghĩa là, dù máy tính có thể hiểu được các letterform ở mức rất chi tiết, tỉ mỉ, nhưng chỉ phiên bản giản lược của chúng mới có thể được hiển thị trên màn hình máy tính.

Độ phân giải hiển thị

Màn hình máy tính hiển thị chữ và hình ảnh bằng cách chiếu sáng lên nhiều tổ hợp khác nhau của các **pixel (điểm ảnh)** - những hình vuông li ti làm từ các chấm đỏ, xanh lam và xanh lá cây để hình thành một ô lưới trải khắp màn hình, như minh họa ở Hình 7-1. Số lượng các chấm này chiếu sáng giúp đem lại mức độ sáng nhất định cho một pixel.

Mặc dù có kích thước nhỏ, nhưng các pixel cũng đủ lớn để mắt người chú ý đến, do đó những đường nét cũng như mép cong và xiên trông rất giống với hình răng cưa, như minh họa ở Hình 7-2. Màn hình máy tính có độ phân giải hiển thị từ 72 đến 96 pixel cho mỗi inch vuông (pixels per square inch - ppi), phụ thuộc vào kích thước và nhãn hiệu màn hình - thấp hơn nhiều so với độ phân giải mà máy tính và máy in có thể tạo ra. Xét về mặt công nghệ, màn hình máy tính vẫn bị tụt lại đằng sau rất xa so với các bản sao thiết bị máy tính khác; do đó, việc làm cho chữ nhìn trông ổn trên màn hình trở thành mối quan tâm thứ yếu, xếp sau yêu cầu làm cho chữ trở nên rõ ràng.



Hình |7-2|

Cận cảnh một ký tự được render (kết xuất) dưới dạng pixel.

Font nhúng

Vấn đề mà các nhà thiết kế phải đối phó trong nhiều năm là: Muốn xem được hoặc in được một font, và font đó phải được cài đặt trên ổ đĩa cứng (hard drive) trong máy tính của người xem. Nếu font được chỉ định không hiện diện trên ổ đĩa cứng đó, máy tính sẽ thực hiện thao tác đơn giản là chọn một phương án thay thế. Điều này có nghĩa rằng, một layout hoặc một tài liệu được thiết kế theo một font riêng biệt trông sẽ khác hoàn toàn khi xem trên những máy tính khác.

Đây là yếu tố hạn chế đối với các nhà thiết kế làm việc bằng phương tiện kỹ thuật số. Do các file font (font file) đều được luật bản quyền bảo vệ, nên việc cấp font cho người xem là hành vi phạm pháp. Bên cạnh đó, sẽ rất thiếu thực tế khi kỳ vọng người xem phải mua những font đặc biệt trên chỉ để xem bản thiết kế cho đúng kiểu - đặc biệt là khi bản thiết kế đó vốn dành cho một trang Web công khai mà tất cả mọi người đều có thể xem được.

[1] Bitmap: Trong đồ họa máy tính, một bitmap (hay pixmap) là một loại bộ nhớ tổ chức, định dạng file hình ảnh được dùng để lưu trữ hình ảnh kỹ thuật số.

Do đó, để thực sự kiểm soát cách các thiết kế trên màn hình hiển thị trước mắt người xem, các nhà thiết kế đã phải giới hạn bản thân chỉ dùng những font thường gặp nhất trên máy tính, chẳng hạn như Times New Roman, Arial và Courier. Với những đoạn văn nhỏ hơn, một lựa chọn khác là tạo ra một ảnh dạng bitmap (bitmapped image) của văn bản đó và lưu nó thành file *GIF*. Tuy nhiên, chiến lược này có thể thiếu thực tế, do file ảnh có kích thước lớn hơn nhiều so với dữ liệu văn bản, vì vậy mà gây tốn thời gian hơn cho việc tải trang Web về. Mọi chuyện sẽ càng tệ hơn nếu máy tính của người xem không hiển thị được hình ảnh, bởi như vậy họ sẽ hoàn toàn không thấy được văn bản đó. Ngoài ra, nếu kích thước của văn bản dạng bitmap tăng, trông văn bản đó như bị vỡ ra thành nhiều pixel (pixelated).

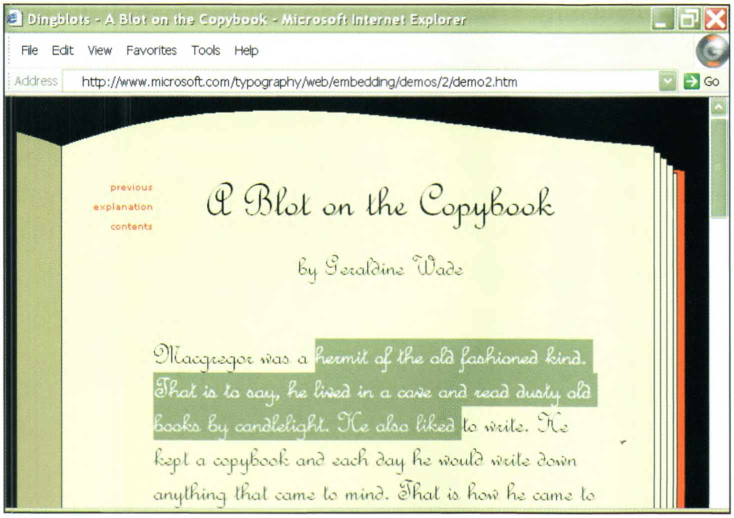
GHI CHÚ

Từ "pixel" bắt nguồn từ sự kết hợp giữa hai từ "picture" ("hình ảnh") và "element" ("thành phần").

GHI CHÚ

Chữ được chuyển thành dạng ảnh bitmap sẽ giữ được hầu hết độ rõ ràng khi lưu dưới dạng file GIF. Ngược lại, các bức ảnh chụp sẽ giữ được độ rõ ràng cao nhất nếu lưu ở dạng file JPEG.

Gần đây, người ta đã phát triển các tính năng mới của phần mềm, cho phép dữ liệu font được nhúng vào tài liệu và trang Web, đồng thời cho phép người xem truy cập tạm thời hoặc hạn chế đến những font vốn không được cài đặt trên máy tính của họ. Các font nhúng (embedded font) này cho phép nhà thiết kế bảo toàn tính toàn vẹn trực quan (visual integrity) của bản thiết kế - đồng thời, người xem có thể thấy và in những layout thiết kế đó từ bất cứ máy tính nào, giống như chúng được thiết kế với các font nguyên gốc vậy. Font nhúng còn đem lại lợi ích là có thể lựa chọn được giống như chữ, và bạn có thể thấy điều này từ ảnh chụp màn hình ở Hình 7-3.



Hình |7-3|

Trang Web hiển thị một loại font nhúng; một đoạn văn bản nhúng đã được tô chọn. © *Bản quyền năm 2004 thuộc về Tập đoàn Microsoft. Tất cả các quyền đều được bảo hộ.*

Tuy nhiên, có vài vấn đề gây khó khăn làm giảm bớt tính ứng dụng thực tế của font nhúng. Bởi lẽ, các trình duyệt (browser) Web như Internet Explorer và Netscape đều thông qua những tiêu chuẩn khác về phần mềm nhúng, do đó độ tương thích (compatibility) giữa các trình duyệt Web trở thành một vấn đề đối với việc hiển thị tài liệu HTML. Nếu trình duyệt Web của người xem không tương thích, máy tính sẽ thay thế bằng font mặc định.

> **Thuật ngữ**
>
> **pixel (điểm ảnh):** đơn vị ô lưới nhỏ nhất của thông tin đồ họa có thể được điều khiển để hiển thị một màu sắc hoặc độ đậm nhạt xác định trên màn hình máy tính CRT (Cathode-Ray Tube - Ống phóng điện tử chân không).

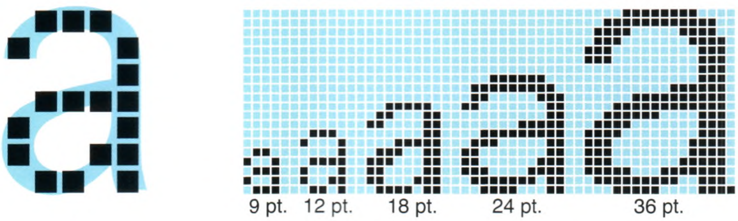
Điều này có nghĩa rằng, nhà thiết kế phải tạo ra bản thiết kế dành cho những trang HTML thiết thực, bất kể người xem có thấy được font gốc hay không. Việc thực hành nhúng font cũng làm dấy lên nhiều vấn đề về độc quyền gây tranh cãi và hiện vẫn đang bị bỏ ngỏ, mặc dù một số công ty thiết kế chữ đã cố gắng giải quyết vấn đề nan giải này bằng cách cung cấp giấy phép bổ sung cho việc nhúng font.

TÍNH RÕ RÀNG VÀ TÍNH DỄ ĐỌC TRÊN MÀN HÌNH

Chữ trình chiếu mới chỉ tiến triển được vài thập niên, do đó có quá ít tiền lệ hỗ trợ các nhà thiết kế ra quyết định về cách thức tối ưu hóa tính rõ ràng (legibility) và tính dễ đọc (readability) trên màn hình. Tuy nhiên, một số chiến lược thiết kế bắt đầu xuất hiện, có thể giúp ích cho các nhà thiết kế khi họ sử dụng và phát triển loại chữ dùng để đọc trên màn hình.

Kích thước

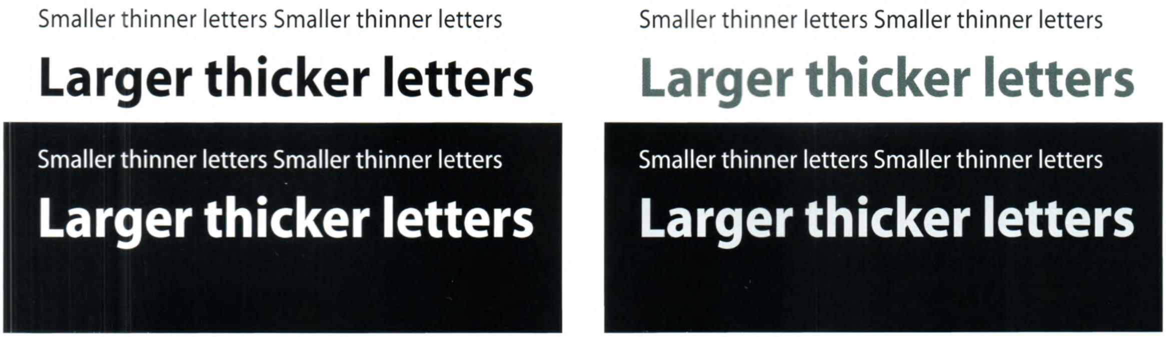
Kích thước (size) là một nhân tố đóng vai trò rất quan trọng đối với tính rõ ràng của chữ trên màn hình. Đối với typography trên tài liệu in, kích thước lại càng trở nên quan trọng, bởi mắt độc giả thường gặp khó khăn khi giải mã những chữ cái vốn quá nhỏ. Tình trạng này càng trầm trọng hơn trong môi trường kỹ thuật số, xuất phát từ thực tế rằng các chữ cái được giảm xuống kích thước nhỏ hơn vì được tạo dựng từ số pixel ít hơn, do đó mà có hình dạng thô hơn, như bạn có thể thấy ở Hình 7-4. Như một quy tắc chung, hầu hết font kỹ thuật số (digital font) đều trở nên khó đọc trên màn hình ở những kích thước nhỏ hơn 10 point (pt).



Hình |7-4|

Cấu hình pixel của một ký tự thay đổi theo các kích thước point khác nhau. *Ảnh do Mike Kohnke của Công ty We Associated cung cấp và cải biên, trích từ tác phẩm nghệ thuật màn hình* A Sense of Type *(tạm dịch:* Ý thức về Chữ*) trên trang Web* www.weassociated.com/A_Sense_of_Type/2/pixel.html.

Tương tự, hãy nhớ rằng khi sử dụng nhiều kích thước chữ khác nhau trong cùng một layout, các ký tự nhỏ và mảnh hơn sẽ có vẻ ngoài ít chói gắt hơn so với những ký tự lớn và đậm hơn. Nếu sự khác biệt quang học này gây khó khăn cho thiết kế của bạn, hãy sửa lại thiết kế bằng cách điều chỉnh độ tươi/rực (saturation) của những chữ cái có kích thước khác nhau để chúng có vẻ ngoài phù hợp, như minh họa ở Hình 7-5.



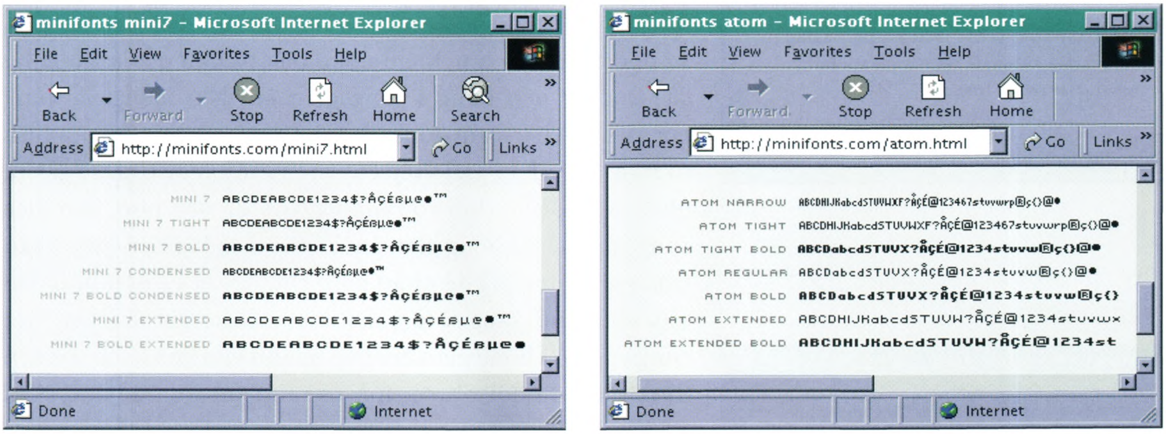
Hình |7-5|

Bên trái: Cả chữ nhỏ và lớn đều được hiển thị với hai màu đen và trắng.

Bên phải: Những chữ lớn hơn được giảm độ tươi/rực (desaturate) để làm cho các chữ cái trông như có cùng giá trị với bản sao nhỏ hơn của chúng.

Typeface

Khi chữ cần nhỏ hơn 10 point, các font được thiết kế chuyên biệt cho màn hình sẽ thể hiện kích thước này tốt nhất. Đây là những font đã được thiết kế dựa trên ô lưới bao gồm các pixel tạo nên màn hình máy tính, thay vì được thiết kế rồi chỉnh lại sau đó để hiển thị trên màn hình. Một số font pixel (pixel font) đầu tiên được thiết kế là Chicago, New York, Monaco, Geneva, Charcoal và Lucida. Một số font pixel mới hơn có khả năng hiển thị tốt ở những kích thước rất nhỏ, chẳng hạn như Mini 7 và Atom, như minh họa ở Hình 7-6.

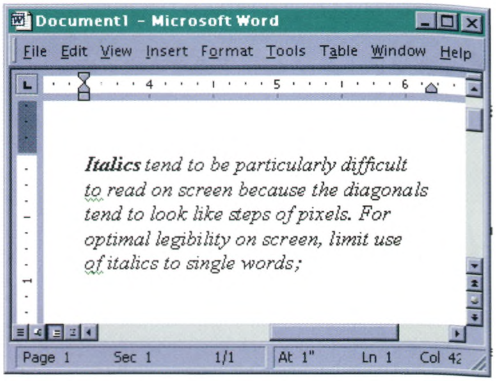


Hình |7-6|

Ảnh chụp màn hình các font pixel - Mini 7, do Joe Gillespie thiết kế (bên trái) và Atom, do Paul Wootton thiết kế (bên phải). *Ảnh do* MiniFonts.com *cung cấp.*

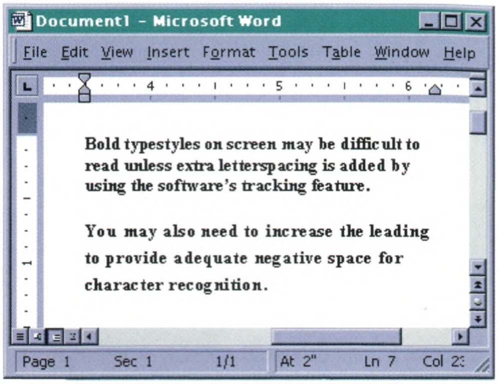
Kiểu chữ

Nếu bạn muốn áp dụng một kiểu chữ (type style) cho một font, tốt nhất là hãy luôn dùng kiểu chữ do người thiết kế font đó tạo ra, chứ đừng để phần mềm áp cho kiểu chữ được tạo từ máy tính. Bởi lẽ, dù máy tính có thể tạo kiểu bold (đậm) hoặc italic (nghiêng) cho hầu hết các font, nhưng kết quả sẽ bị biến dạng. Một số vấn đề cần đặc biệt cân nhắc khi áp các kiểu chữ cho màn hình:



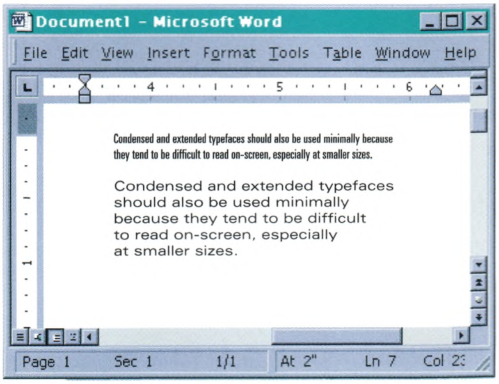
Hình |7-7|

Ảnh chụp màn hình văn bản được thiết lập theo kiểu chữ italic.



Hình |7-8|

Ảnh chụp màn hình văn bản được thiết lập theo kiểu chữ bold.



Hình |7-8|

Ảnh chụp màn hình văn bản được thiết lập theo kiểu chữ condensed và chữ extended.

- Kiểu chữ italic có thể đặc biệt khó đọc trên màn hình, do những pixel theo hướng xiên thường trông giống các bậc thang (Hình 7-7). Để tối ưu hóa tính rõ ràng trên màn hình, hãy hạn chế sử dụng chữ kiểu italic cho các từ đơn lẻ.
- Kiểu chữ bold trên màn hình có thể khó đọc, trừ phi bạn thêm vào nhiều letterspacing bằng cách dùng tính năng tracking của phần mềm. Bạn cũng có thể cần tăng leading để cung cấp đủ không gian âm (negative space) cho việc nhận diện ký tự, như minh họa ở Hình 7-8.
- Chỉ nên sử dụng typeface kiểu condensed (co) và extended (giãn) ít nhất có thể, vì chúng thường khó đọc trên màn hình, đặc biệt là với kích thước nhỏ (Hình 7-9). Một lựa chọn thay thế cho việc sử dụng typeface condensed hoặc extended là thay đổi tracking để giảm hoặc tăng độ rộng của phạm vi dòng (measure) đó mà không làm letterform thực bị biến dạng. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng việc giảm tracking giữa các chữ cái cũng làm giảm tính rõ ràng.

Tạo khoảng cách

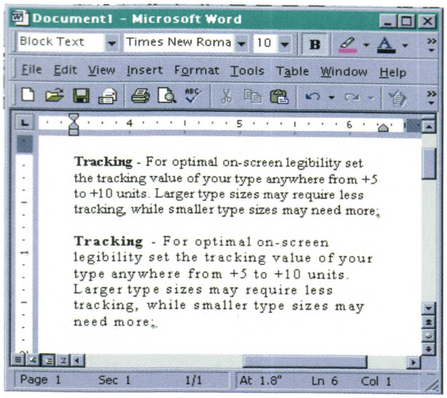
Vì độc giả có kinh nghiệm nhận biết từ ngữ qua hình dạng của chúng, nên vùng không gian âm bên trong và xung quanh các letterform đóng vai trò rất quan trọng đối với tính rõ ràng. Độ phân giải thấp của màn hình máy tính sẽ gây ra nhiều vấn đề về tính rõ ràng và tính dễ đọc hơn, nên việc cung cấp thêm không gian âm có thể là một chiến lược quan trọng giúp độc giả dễ nhận diện chữ cái và từ ngữ hơn. Do một màn hình sáng sẽ làm mắt mệt mỏi hơn nhiều, nên việc cung cấp đủ không gian âm bao quanh văn bản càng trở nên thiết yếu hơn đối với cả tính rõ ràng lẫn tính dễ đọc. Nhà thiết kế phải xét đến việc kết hợp một số yếu tố, nhằm tạo ra một mối quan hệ cân bằng giữa hai không gian dương và âm trong một bố cục.

- *Tracking* - Để đạt được tính rõ ràng tối ưu trên màn hình, hãy thiết đặt giá trị tracking của chữ nằm ở khoảng từ +5 đến +10 đơn vị, như minh họa ở Hình 7-10. Chữ với kích thước lớn hơn có thể cần tracking ít hơn, trong khi chữ với kích thước nhỏ hơn có thể cần tracking nhiều hơn.

- *Leading* - Cần áp dụng leading cho chữ trên màn hình nhiều hơn so với tài liệu in, nhằm tối ưu hóa tính rõ ràng. Thêm 50% vào leading là một quy tắc hữu hiệu xét theo kinh nghiệm thực tế, như bạn có thể thấy ở Hình 7-11. Do đó, chẳng hạn như leading đặt ở mức 1.5 (1,5) nhìn chung có thể đem lại tính rõ ràng rất ổn.
- *Phạm vi dòng (measure)* - độ dài tối ưu của dòng chữ trên màn hình ngắn hơn so với bản in - khoảng 40 ký tự mỗi dòng, so với phạm vi dòng tối ưu của bản in vào khoảng 60 ký tự mỗi dòng (điều này sẽ bù trừ phần nào cho việc thêm tracking theo khuyến nghị bên trên, như minh họa ở Hình 7-12).
- *Kích thước đoạn văn (paragraph size)* - Để đạt được tính dễ đọc tối ưu, bạn nên giữ các đoạn văn trên màn hình sao cho thật ngắn gọn. Các đoạn văn không nên vượt quá 10 đến 25 dòng chữ để xem được tốt nhất trên màn hình. Nếu chữ lớn, các đoạn văn có thể dài hơn một chút, nhưng nếu chữ nhỏ, hãy giữ đoạn văn càng ngắn càng tốt.
- *Cấu trúc bề mặt (texture)* - Cấu trúc bề mặt tổng thể của văn bản nội dung có mối tương quan đặc biệt với văn bản được xem trên màn hình, bởi khoảng cách chữ mặc định của một font có thể trông rất thiếu nhất quán, đặc biệt là khi nhà thiết kế không áp dụng các kỹ thuật điều tiết cho file font đó (chi tiết về kỹ thuật điều tiết sẽ được bàn sau, ngay trong chương này). Khi cấu trúc bề mặt của một đoạn văn bản trông thiếu nhất quán, bạn có thể dùng kỹ thuật kerning, hoặc điều chỉnh letterspacing theo lối thủ công, để giải quyết vấn đề này.

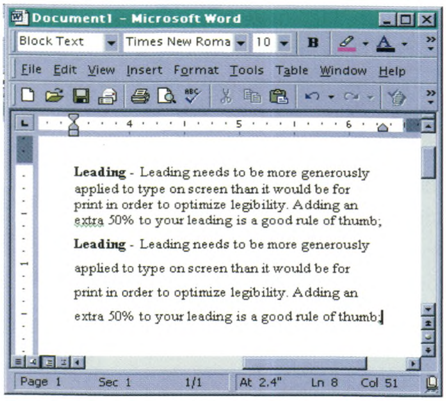
Màu sắc

Như trong typography in ấn, màu sắc (color) có thể được dùng trên màn hình để tạo ra các điểm nhấn, gợi lên những cảm xúc, hoặc tạo ra một trạng thái. Màu sắc khơi gợi các phản ứng sinh lý học lẫn những mối liên hệ tâm lý được tiếp nhận theo nền văn hóa. Màu sắc càng gắt - và càng ấm như đỏ, vàng, cam - càng có khuynh hướng làm cho nhịp tim nhanh hơn, đồng thời khơi dậy nhiều cảm giác; trong khi đó, những màu lạnh hơn và ít gắt hơn lại có khuynh hướng để lại tác động êm dịu, trầm tĩnh hơn. Tuy vậy, những ý nghĩa tiếp nhận được vốn có liên hệ



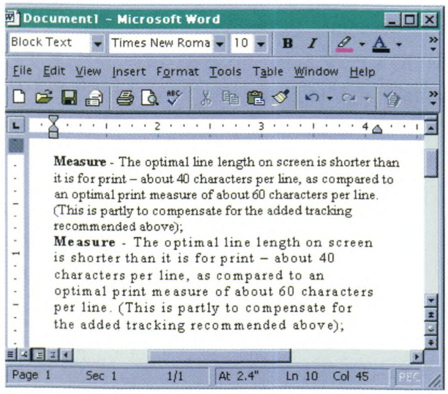
Hình 7-10

Ảnh chụp màn hình của văn bản không có tracking và văn bản có thêm tracking.



Hình 7-11

Ảnh chụp màn hình của văn bản không có leading và văn bản có thêm leading.



Hình 7-12

Ảnh chụp màn hình của văn bản theo phạm vi dòng 60 ký tự và phạm vi dòng 40 ký tự.

với màu sắc cũng đóng vai trò rất quan trọng đối với phản ứng của người xem. Các ý nghĩa này có thể thay đổi đa dạng từ nền văn hóa này sang nền văn hóa khác. Ví dụ, ở Mỹ, màu đỏ thường được liên hệ với sự giận dữ, trong khi một số nước châu Á lại liên hệ màu đỏ với sự tán dương, ca tụng.

Có thể sử dụng màu sắc thoải mái trong các thiết kế trên màn hình, bởi lúc này chi phí không còn là vấn đề như đối với màu sắc trong in ấn. Tuy nhiên, có một cạm bẫy lớn xung quanh việc sử dụng màu sắc trong môi trường kỹ thuật số: Một màu cụ thể trông sẽ không giống với khi được xem trên các màn hình được cân chỉnh khác nhau. Điều này hạn chế nhà thiết kế rất nhiều trong việc kiểm soát hình thức của các thiết kế trong mắt người xem. Màu sắc khi in ra trông cũng khác so với lúc hiển thị trên màn hình. Đó là do máy in trộn các màu CMYK, bao gồm Cyan (C), Magenta (M), Yellow (Y) và Black (K)[2] để tạo màu; trong khi đó, màn hình máy tính tạo màu bằng cách sử dụng những tổ hợp từ các sóng ánh sáng màu RGB (Red, Green và Blue).

GHI CHÚ

Cách thức tạo màu sắc của màn hình máy tính có thể được giải thích bằng thuyết màu cộng (additive color theory), mô tả cách kết hợp các sóng ánh sáng ở những tần số khác nhau để hình thành các màu. Màn hình máy tính tạo ra màu sắc bằng cách chiếu những tổ hợp màu cộng cơ bản: Red, Green và Blue, hay còn gọi là RGB.

Mặt khác, thuyết màu trừ (subtractive color theory) mô tả cách tạo ra màu sắc khi các loại màu hấp thu và phản chiếu sóng ánh sáng. Các màu trừ cơ bản - Cyan, Magenta, Yellow và Black (CMYK) - được dùng trong in ấn thương mại, trong khi những màu trừ cơ bản theo truyền thống - Red, Yellow và Blue (RYB) - được các họa sỹ dùng để trộn màu vẽ.

Độ tương phản màn hình

Do màn hình chiếu sáng có độ sáng lớn hơn nhiều so với ánh sáng phản chiếu của tờ giấy, nên độ tương phản (contrast) giữa hai màu trắng và đen trên màn hình lớn hơn nhiều so với trên tài liệu in. Để nâng cao tính dễ đọc, chữ trình chiếu nên có đủ độ tương phản để trông rõ ràng, nhưng không nên tương phản quá nhiều, dẫn đến kích thích mắt người xem một cách không cần thiết.

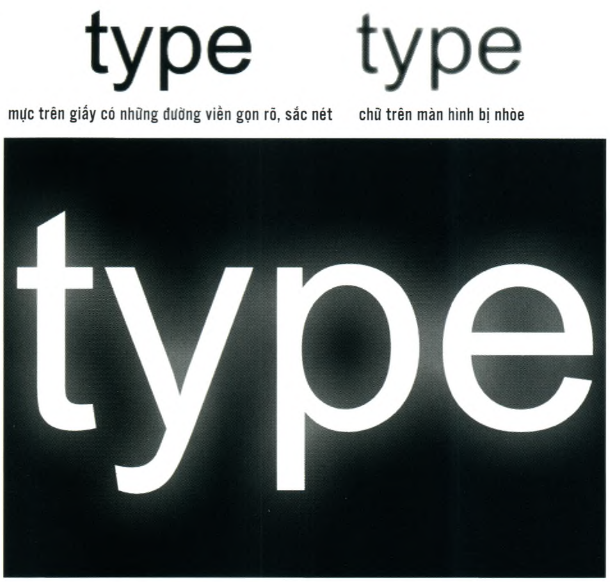
Khi tất cả các màu cộng cơ bản (additive primary color) - Red, Green và Blue - được chiếu ra với độ tươi/rực lớn nhất, người xem sẽ thấy được màu trắng; khi không có sóng ánh sáng nào được chiếu ra, người xem sẽ thấy màu đen. Kết quả là, màn hình màu trắng sẽ rất sáng và làm mắt mỏi mệt; trong khi đó, màn hình màu đen lại ít gây mỏi mắt nhất khi ta chăm chú nhìn vào nó. Do vậy, chữ được thiết đặt giá trị màu xám nhạt và được thiết lập nổi lên trên nền đen sẽ là sự kết hợp làm người xem dễ đọc nhất, đặc biệt là đối với những đoạn văn dài. Nếu cần thiết kế với chữ màu trắng, việc đặt chữ trắng nổi lên trên giá trị màu xám đậm có thể giúp giảm độ tương phản cũng như trạng thái căng thẳng kèm theo ở mắt.

Cũng cần nhớ rằng, mỗi màu có một giá trị và độ sáng cơ bản phải được cân nhắc kỹ lưỡng. Ví dụ, màu vàng có độ tươi/rực lớn nhất sẽ sáng và tươi hơn màu tím violet có độ tươi/rực lớn nhất. Để tăng tối đa tính rõ ràng và tính dễ đọc khi thiết đặt văn bản nổi lên trên một nền nào đó, hãy đảm bảo độ tương phản giữa các thành phần sáng và tối - cũng như giữa các thành phần tươi và mờ - ở mức vừa đủ, nhưng ôn hòa.

---

[2] K: Chữ K trong CMYK là viết tắt của từ Key - nên hiểu theo nghĩa là cái gì đó *then chốt* hay *chủ yếu* để ám chỉ màu Đen, mặc dù màu này có tên tiếng Anh là *Black* (nhưng ở đây không dùng chữ B do chữ này đã được dùng để chỉ màu Blue trong mô hình màu RGB). Trong quá trình chuyển ngữ, chúng tôi giữ nguyên tên các màu trong hai hệ màu RGB và CMYK, nhằm đảm bảo tính chuyên môn quốc tế đã được công nhận rộng rãi.

Mức tương phản cao có thể tạo ra hiệu ứng chói mắt. Độ tương phản cao có thể làm chữ bừng sáng (glow), điều này xảy ra khi độ sáng của nền lan ra ngoài viền của các letterform tối hoặc mờ hơn, khiến chúng xuất hiện mảnh hơn. Hiện tượng chữ bừng sáng còn xảy ra khi độ sáng của letterform dường như tràn vào nền tối hoặc mờ hơn, tạo ra hào quang (optical aura) khiến các chữ cái có vẻ bừng sáng lên, như minh họa ở Hình 7-13. Các tổ hợp màu sắc đối nghịch nhau (những màu bổ sung nhau) và tổ hợp các màu gần nhau cũng có thể tạo nên hiệu ứng chói mắt, làm giảm tính dễ đọc.



Hình |7-13|

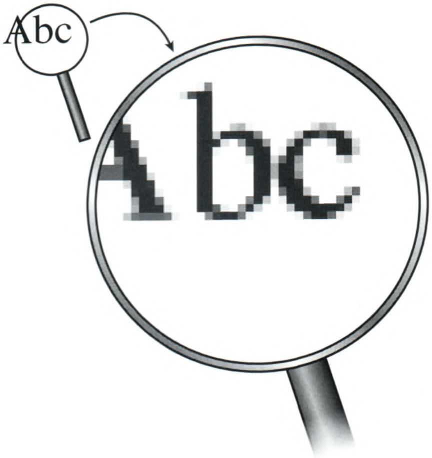
Chữ bừng sáng. *Ảnh do Mike Kohnke thuộc Công ty We Associated cung cấp. Phỏng theo tác phẩm nghệ thuật màn hình* A Sense of Type *(tạm dịch*: Ý thức về Chữ*)*, www.weassociated.com/A_Sense_of_Type/2/pixel.html.

Nhiệt độ màu

Khi chọn màu, bạn cần nhớ rằng các màu ấm (warm color) (đỏ, vàng, cam) có vẻ sẽ tiến lại gần, còn những màu lạnh (cool color) (xanh lam, xanh lục, tím violet) trông như lùi ra xa. Mặc dù điều này có nghĩa là màu ấm ít phù hợp để làm màu nền hơn màu lạnh, nhưng hãy nhớ rằng nhiệt độ màu (color temperature) chỉ có tính chất tương đối. Màu nền chỉ cần có nhiệt độ lạnh hơn văn bản và đối tượng để có thể lùi ra xa. Nền có màu ấm vẫn trông như lùi ra xa nếu được đặt cạnh văn bản và đối tượng thậm chí còn ấm hơn.

ĐỊNH DẠNG FONT

Khi việc in ấn được thực hiện chủ yếu bằng kỹ thuật in chữ nổi (letterpress), thì các font (tập hợp tất cả ký tự của những typeface cụ thể cần cho việc sắp chữ) sẽ hiện hữu rõ ràng; nhìn chung là chúng được làm từ kim loại hoặc gỗ. Khi typography thâm nhập địa hạt kỹ thuật số, font cần tồn tại ở định dạng mới - như các file điện tử, được lập trình để máy tính có thể hiểu và áp dụng chúng cho việc hiển thị cũng như in ấn văn bản. Qua nhiều năm, một số định dạng font (font format) kỹ thuật số đã được phát triển, mỗi định dạng đều có ưu điểm và hạn chế riêng. Việc nắm rõ sự khác biệt giữa những định dạng này có thể giúp nhà thiết kế sử dụng tốt các font ở nhiều định dạng khác nhau, tận dụng được lợi ích và tính năng mà mỗi font có thể đem lại.



Hình |7-14|

Font bitmap được phóng lớn để cho thấy cạnh răng cưa.

Font bitmap (hoặc font raster)

Những font đầu tiên được phát triển dành cho máy tính suốt đầu thập niên 1980 là **font bitmap** hoặc **font raster (font đường quét)**. Tức là, các letterform được tạo dựng bằng cách mã hóa (encode) những ánh xạ (map) hướng dẫn máy tính rằng pixel màn hình nào sẽ được bật lên để tạo thành một **glyph** cụ thể, hoặc hình ảnh biểu diễn của một ký tự. Với mọi font, các bitmap phải được thiết kế theo nhiều kích thước point khác nhau, mặc dù máy tính có thể dùng những bitmap này để tạo ra nhiều phiên bản vụng về của các ký tự ở các kích thước trung gian. Do pixel có dạng hình vuông, nên khi có dạng cong hoặc xiên thì đường nét của chúng sẽ xuất hiện lởm chởm như răng cưa. Một ký tự bitmap được máy tính hiểu giống như khi máy nhận thức một hình ảnh. Font bitmap co giãn (scaling bitmapped font) là vấn đề không dễ giải quyết, bởi khi phóng to một ký tự bitmap, cạnh răng cưa cũng được phóng lớn theo, như minh họa ở Hình 7-14. Điều này làm giảm bớt tính rõ ràng.

Font outline (hoặc font vector)

Vấn đề của chữ co giãn đã được đề cập cùng với phát minh về công nghệ vector. **Font outline** (hoặc **font vector**) được máy tính hiểu như một chuỗi các điểm (point) tạo thành đường viền (outline) của letterform, như minh họa ở Hình 7-15. Đường viền này có thể co giãn theo bất cứ kích thước nào mà không làm mất đi tính toàn vẹn của hình dạng chữ, sau đó có thể được **raster hóa (rasterize)**, hoặc chuyển đổi thành ảnh bitmap, ở kích thước đã chọn. Tuy nhiên, nếu viền này không ở đúng vị trí tương quan với các pixel của màn hình, máy tính sẽ đưa ra dự đoán tốt nhất về pixel nào sẽ được bật lên. Việc này thường gây ra sự biến dạng về hình dáng của các letterform.

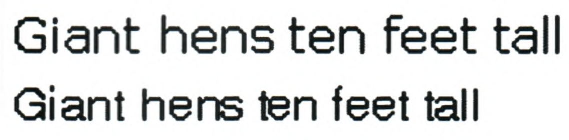
Hình |7-15|

Font vector cho thấy các điểm và đường viền.



Kỹ thuật điều tiết

Vẻ ngoài biến dạng của các ký tự font vector có thể được giảm thiểu trong giai đoạn thiết kế nhờ **kỹ thuật điều tiết (hinting)**, một tiến trình mã hóa các thông tin bổ sung và đưa vào file font để hướng dẫn máy tính cách hiệu chỉnh viền của một ký tự ở những kích thước khác nhau, nhằm gióng hàng tốt hơn với ô lưới pixel của màn hình. Điều này giúp máy tính đưa ra những lựa chọn tốt hơn về việc nên bật pixel nào lên, nhằm lấp đầy các đường viền của ký tự tại từng kích thước ở mức tốt nhất. Kỹ thuật điều tiết có thể cải thiện rất tốt diện mạo của các letterform trên màn hình, như bạn có thể thấy trên Hình 7-16.

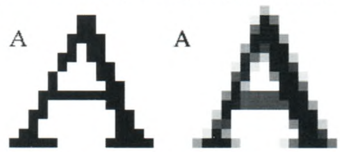


Hình |7-16|

Font ở câu bên trên có sử dụng kỹ thuật điều tiết; câu bên dưới thì không.

Kỹ thuật khử răng cưa

Một số phần mềm cung cấp tính năng **khử răng cưa (anti-aliasing)**, hay còn gọi với một cái tên khác là **làm mượt font (font smoothing)**. Khi người xem kích hoạt tính năng này, chữ vector sẽ hiện ra rõ hơn với mắt người. Tính năng khử răng cưa làm được như vậy nhờ phân tích đường viền của glyph, sau đó bật các pixel được đặt ở vị trí chiến lược với những độ ghi (shades of gray) khác nhau lên. Điều này đánh lừa mắt người xem thu nhận được những đường nét mịn hơn, như có thể thấy ở Hình 7-17. Tính năng khử răng cưa hoạt động rất hiệu quả đối với các letterform lớn, nhưng lại thiếu hiệu quả ở kích thước chữ nhỏ; vì các chữ cái được làm mượt thường trông mờ mờ, nên tính rõ ràng sẽ giảm ở những letterform nhỏ hơn. Tương tự, do khử răng cưa được tùy chọn theo ý người xem, nên nhà thiết kế không thể trông cậy rằng người ta sẽ bật tính năng này khi xem thiết kế của họ.



Hình |7-17|

Chữ cái A bên phải cho thấy hiệu ứng của kỹ thuật khử răng cưa khi áp dụng cho chữ cái A bên trái.

Font PostScript Type 1

PostScript Type 1 (Loại 1) là định dạng font vector đầu tiên chi phối thị trường, được Adobe phát triển. Font Type 1 gồm hai file: Một file cung cấp các hướng dẫn tổng quan cho máy tính để hiển thị trên màn hình; file thứ hai chứa thông tin bitmap dùng cho in ấn. Font PostScript cung cấp khả năng điều tiết, có thể co giãn và có thể hoạt động đa nền tảng (cross-platform) (trên hầu hết máy tính). Font Type 1 có thể gồm đến 256 glyph đơn lẻ, nhưng không được nhiều hơn. Số lượng này phải bao gồm tất cả những chữ cái hoa và thường, các con số, số thập phân, dấu câu, ký hiệu, ligature, chữ hoa nhỏ và chữ cái có dấu (accented letter) mà nhà thiết kế muốn đưa vào bộ ký tự (character set) này. Khi một font được thiết kế với hơn 256 glyph, nhà thiết kế thường tạo ra một bộ ký tự chuyên gia (expert character set) - một file font tách biệt chứa thêm những glyph khác. Vì hầu hết văn phòng dịch vụ và nhà in ban đầu đều đầu tư vào các font Type 1 và bộ ký tự chuyên gia, nên định dạng font này hiện vẫn đang nắm vị trí chiếm lĩnh trong ngành thiết kế.

Font TrueType

Một định dạng font mới hơn có tên TrueType được Apple phát triển và được Microsoft quảng bá như là đối phủ đáng gờm của font Type 1. Cũng là một định dạng font outline đa nền tảng, TrueType có một giá trị gia tăng là cung cấp tính năng điều tiết tốt hơn. Font TrueType được lưu trữ thành một file duy nhất, giúp người dùng quản lý font dễ dàng, định dạng này tự động làm việc với hệ điều hành máy tính mà không cần thêm phần mềm quản lý font. Apple công bố rộng rãi các chi tiết kỹ thuật của font TrueType, nhờ đó mà font này phát triển nhanh chóng cả về số lượng lẫn mức độ phổ biến, trở thành một chuẩn ngành cạnh tranh với font Type 1.

Font OpenType

OpenType thể hiện mối quan hệ hợp tác gần đây hơn giữa Adobe và Microsoft trong công cuộc tạo ra một định dạng font mới, cao cấp và đa nền tảng, tương thích với nhiều hệ điều hành khác nhau. Được lưu trữ thành một file duy nhất, định dạng font OpenType quy tụ những tính năng tốt nhất, tiến bộ nhất của font Type 1 và TrueType. Loại font này cung cấp tính năng điều tiết, kerning và sắp chữ đa ngôn ngữ (multilingual typesetting) tốt hơn, đồng thời có thể bao gồm thêm các ký tự mà trước đây chỉ có mặt trong những bộ ký tự chuyên gia. Do việc mã hóa OpenType dựa trên hệ thống mã hóa ký tự chuẩn quốc tế Unicode, nên định dạng này cho phép nhiều ngôn ngữ khác nhau có sự trao đổi đơn giản về văn bản, bằng cách bao gồm những bộ ký tự đa ngôn ngữ vào trong một font duy nhất.

Unicode

Unicode là hệ thống mã hóa ký tự chuẩn quốc tế (standard international character encoding system) dành cho văn bản được viết bằng hầu hết các ngôn ngữ trên thế giới. Unicode không phải là một định dạng font hay một chương trình phần mềm; đây chỉ đơn giản là một hệ thống phổ dụng dùng để mã hóa các bộ ký tự và quy ước sử dụng thuộc nhiều ngôn ngữ để chúng có thể được lưu trữ, xử lý, hiển thị và trao đổi. Hầu hết hệ điều hành máy tính mới đều có hỗ trợ Unicode cho khoảng 36 ngôn ngữ khác nhau. Unicode không liên quan đến cách các glyph được mô tả theo kiểu chữ, kích thước,... mà chỉ cung cấp thông tin về cách máy tính nên diễn giải các glyph, chứ không phải cách máy tính render chúng. Thông tin về phong cách của chữ do file font quyết định, nhưng các font phải tuân theo Unicode, bao gồm cả ánh xạ Unicode (Unicode mapping), để có thể phối hợp ăn ý với Unicode. Chuẩn Unicode rất hữu ích cho các lập trình viên muốn tạo ra ứng dụng phần mềm đa ngôn ngữ; chuẩn này cũng có ích cho các nhà ngôn ngữ học, doanh nhân và khoa học gia, những người phải xử lý văn bản đa ngôn ngữ, các ký hiệu toán học và ký tự kỹ thuật khác hiện đang được sử dụng thường xuyên trong thị trường toàn cầu.

Font Multiple Master

Có một phiên bản mở rộng của font Type 1 gọi là định dạng Multiple Master (MM), được Adobe triển khai năm 1991. Định dạng này cho phép hai phiên bản khác nhau của một glyph (như lớn/nhỏ hay rộng/hẹp) được mã hóa ở hai đầu đối nhau của một trục (axis). Người dùng có thể chỉ định bất cứ điểm nào dọc trục đó, và máy tính sẽ tạo ra một glyph tương ứng. Mỗi phiên bản của một glyph cụ thể được gọi là một biến thể (instance). Một font Multiple Master có thể bao gồm nhiều trục, mỗi trục kiểm soát những khía cạnh thiết kế khác nhau như kích thước, độ rộng, mức độ weight và kiểu chữ.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại một số vấn đề xoay quanh font MM. Nhiều ứng dụng phần mềm không hỗ trợ định dạng này và nhiều văn phòng dịch vụ đã báo cáo lại những khó khăn mà họ gặp phải khi xuất chúng ra. Tương tự, mặc dù nhiều nhà thiết kế đánh giá cao việc tăng cường kiểm soát đối với font MM, song hầu hết người dùng lại thấy chúng khiến họ bị lúng túng và thấy khó khăn khi sử dụng. Năm 1999, Adobe ngưng phát triển thêm công nghệ này vì không nhận được nhiều sự quan tâm từ phía người tiêu dùng. Hình 7-18 minh họa một vài biến thể khả dĩ của một ký tự đơn lẻ được tạo ra bằng cách sử dụng font Multiple Master.



Hình |7-18|

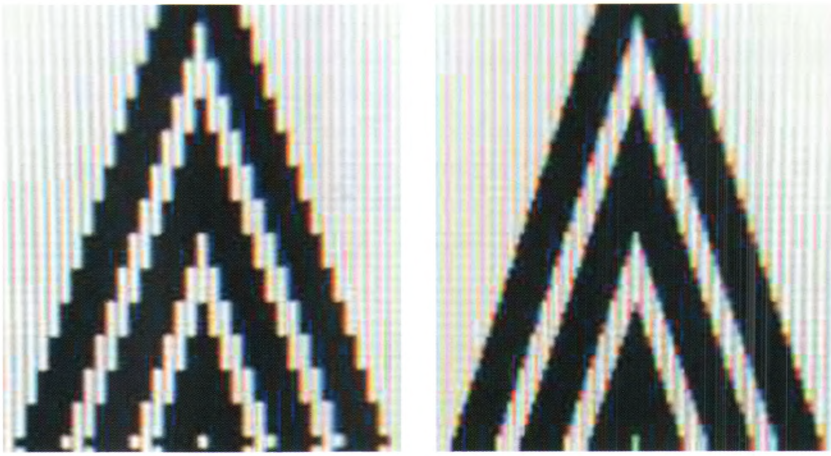
Vài biến thể của một bộ ký tự đơn lẻ sử dụng font Multiple Master.

Font ClearType

ClearType là một định dạng font outline đa nền tảng mới, cho phép đạt được sự chính xác vốn chưa có tiền lệ để hiển thị chữ trên màn hình LCD (Liquid crystal display - Hiển thị bằng tinh thể lỏng), như màn hình trong máy tính xách tay, màn hình phẳng (flat panel) và điện thoại di động, đồng thời cho phép có được độ mượt chữ giới hạn trên màn hình CRT. Định dạng font này đạt mức độ chi tiết cao hơn bằng cách cho phép các subpixel (pixel phụ)[3] được bật lên, nhằm tạo ra những đường nét mịn hơn, tinh tế hơn. Bạn thấy, pixel tạo nên màn hình LCD khác với pixel tạo nên màn hình CRT. Pixel của LCD được chia nhỏ thành ba dải màu trừ cơ bản: Red, Green và Blue. Khi cả ba subpixel này bật lên, ba màu cơ bản trên được trộn lại, ánh sáng trắng sẽ được phát ra khỏi màn hình. Những tổ

[3] Subpixel: Giống như tế bào của con người, một pixel được cấu thành bởi nhiều thành phần nhỏ khác - đó chính là các subpixel.

hợp khác nhau của các subpixel này có thể tạo ra một loạt màu và độ đậm nhạt. Định dạng font ClearType truy cập những subpixel này để hiển thị các glyph ở độ phân giải cao hơn. Các pixel của màn hình CRT không được chia nhỏ theo cách tương tự như vậy, nên mọi hiệu ứng của định dạng font này không thể hiển thị trên màn hình CRT. Tuy nhiên, định dạng ClearType có thể cải thiện tính rõ ràng của font màn hình CRT ở mức độ nào đó, do việc render subpixel sẽ bao gồm cả việc mã hóa khử răng cưa, vốn nhắm tới mục đích cải thiện tính rõ ràng. Hình 7-19 minh họa cận cảnh tiến trình render trọn vẹn một pixel và subpixel của cùng một glyph.



Hình |7-19|

Bên trái: Render trọn vẹn một pixel.

Bên phải: Render subpixel.

Xây dựng thư viện font của bạn

Các font dùng để bổ sung vào thư viện font của bạn luôn tràn ngập và có sẵn cho cả máy tính MAC lẫn PC (Personal computer - Máy tính cá nhân). Một số được đưa vào khi bạn cài đặt các chương trình phần mềm cụ thể, số khác phải cài đặt riêng. Nhiều font bắt buộc phải mua, trong khi số khác không yêu cầu trả phí dưới dạng phần mềm chia sẻ (shareware) hoặc phần mềm miễn phí (freeware). Các file font có thể được mua bằng đĩa CD hoặc tải về từ trên mạng. Khi thực hiện việc tìm kiếm nhanh trên mạng với bộ máy tìm kiếm ưa thích của mình, bạn sẽ thấy có vô số trang Web cung cấp dữ liệu tải về với một mức chi phí nào đó hoặc miễn phí. Một số trang Web là của các công ty thiết kế chữ (sản xuất font cho chính họ), một số khác là của những nhà phân phối font (cung cấp các font được thiết kế bởi nhiều công ty khác nhau). Một số trang thậm chí còn cho phép người dùng kiểm tra các ánh xạ ký tự chi tiết và "dùng thử" những font đó ở nhiều kích thước khác nhau trước khi mua.

Tải về từ Internet

Một khi bạn đã tìm được font mong muốn để tải về từ Internet, hầu hết các trang Web sẽ yêu cầu bạn chọn giữa phiên bản Mac và PC cho font đó. Thường thì bạn có thể dễ dàng tải font trên với một cú nhấn chuột. Những file font không yêu cầu giải nén có thể được cài đặt bằng cách kéo chúng vào thư mục Fonts, hoặc bằng cách dùng lệnh Install New Fonts (Cài đặt font mới) ở menu xổ xuống File trong thư mục Fonts. Tuy nhiên, hầu hết file font tải về từ Internet đều được nén (compress), nên bạn phải giải nén (decompress) chúng trước khi cài đặt. Phần mềm máy tính của bạn sẽ không truy cập được các font mới cho đến khi những font này được giải nén và cài đặt vào thư mục Fonts. Để xuất (extract) file font nén vào thư mục Fonts, bạn phải có phần mềm giải nén - WinZip hoặc Stuffit Expander, tùy theo cách thức file đó được lưu trữ. Cả hai tiện ích này đều miễn phí và có thể dễ dàng lấy trên mạng. Nếu bạn đã cài đặt những tiện ích này trên máy tính, hãy nhấn đúp chuột (double-click) vào file font nén đó để mở tiện ích giải nén thích hợp.

Cài đặt font mới

Để sử dụng font mới trên máy tính của mình, trước tiên bạn phải cài đặt file chứa font mới đó vào ổ cứng. Đối với một số hệ điều hành, phương án sáng suốt cũng như tiện lợi nhất là cài đặt và quản lý các font PostScript với phần mềm quản lý chữ (type management software), chẳng hạn như Fontbook, Suitcase, Font Reserve hoặc Adobe Type Manager (ATM). Tiện ích quản lý chữ sẽ diễn giải thông tin lưu trong file font cho máy tính hiểu.

Font TrueType và OpenType được lưu thành một file duy nhất, có đuôi mở rộng là .ttf hoặc .otf. Ngoài ra, font PostScript yêu cầu phải cài đặt hai file tách biệt, chứa các chỉ dẫn cho máy tính về cách hiển thị font này trên màn hình và cách in font đó. Hai file này có đuôi mở rộng là .pfb và .pfm. Cả hai đều cần thiết để xem và in font PostScript cho đúng. Khi đã cài đặt font của bất cứ định dạng nào, có thể bạn phải khởi động lại (restart) các ứng dụng đang mở trong suốt quá trình cài đặt, nhằm kích hoạt tính hiệu lực (availability) của font mới đối với phần mềm.

Thuật ngữ

font bitmap (hoặc **font raster**): những letterform được tạo dựng bằng cách mã hóa những ánh xạ có vai trò hướng dẫn máy tính nên bật các pixel màn hình nào để tạo thành một glyph cụ thể.

font outline (hoặc **font vector**): những letterform được máy tính hiểu như một chuỗi các điểm tạo thành đường viền của letterform; đường viền này có thể co giãn theo mọi kích thước mà không làm mất đi tính toàn vẹn của hình dạng letterform.

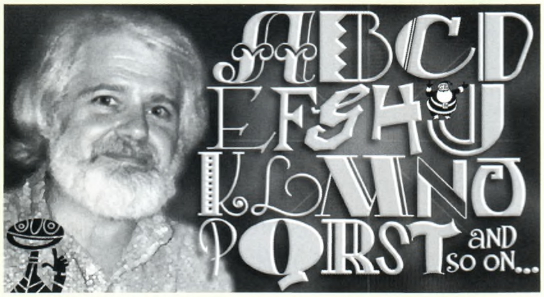
glyph: hình ảnh biểu diễn của một ký tự.

khử răng cưa (anti-aliasing), hay **làm mượt font** (**font smoothing**): thực hiện việc làm mượt quang học các cạnh có hình răng cưa của một glyph trên màn hình máy tính, bằng cách phân tích đường viền của glyph, sau đó bật các pixel được đặt ở vị trí chiến lược với những độ ghi khác nhau dọc phần rìa của nó lên.

kỹ thuật điều tiết (hinting): một tiến trình mã hóa các thông tin bổ sung và đưa vào file font để hướng dẫn máy tính cách hiệu chỉnh các đường viền của một ký tự ở những kích thước khác nhau, nhằm gióng hàng tốt hơn với ô lưới pixel của màn hình.

raster hóa (rasterize): chuyển đổi font outline thành ảnh bitmap với một kích thước chọn trước.

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ



Nick Curtis

Ông đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên ông làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của ông.

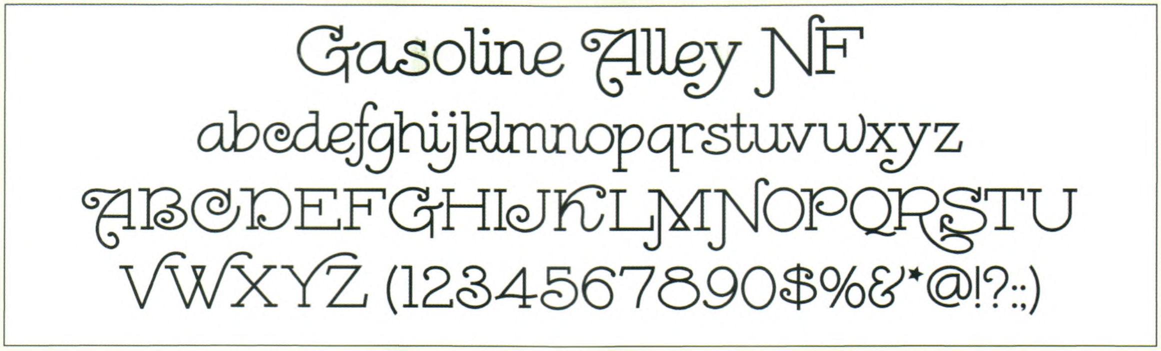
Số phận đã định cho tôi từ rất sớm. Năm tôi 3 tuổi, vào buổi tối nọ, sau khi xem một tập của loạt chương trình Flash Gordon hồi thập niên 1930 trên ti vi, tôi đã cầm một cây bút chì màu đỏ và vẽ một bức tranh tường ghi lại những ấn tượng của mình về lần xem đó trên bức tường ngay cạnh chiếc giường tôi nằm. Không cần phải nói, cha mẹ tôi không hào hứng và họ tranh cãi về hình phạt thích đáng dành cho tôi. May mắn cho tôi là tới hôm sau, họ vẫn chưa tranh cãi xong, và ông ngoại tôi bất ngờ ghé thăm nhà. Ông ngoại là một họa sỹ được đào tạo và điều hành một cửa hàng đạo cụ phong cảnh chuyên nghiệp ở Chicago. Trước đó, ông ngoại tôi lúc nào cũng thất vọng do không ai trong năm người con của ông, cũng như không ai trong bất kỳ đứa con nào của *những người ấy*, theo nghiệp của ông. Khi trông thấy cái "mớ hỗn độn" tôi tạo ra trên tường, ông đã cất lên tiếng reo vui mừng, tuyên bố: "Thằng bé này tài năng đấy!". Vào năm sau, khi gia đình chúng tôi chuyển đi khỏi căn nhà ấy, cha tôi đã cẩn thận cắt mảng tường đó ra, và nó vẫn ở cùng gia đình tôi kể từ dạo ấy.

Tôi tiếp nhận một số chương trình đào tạo chính thức ở môn vẽ, với những bài học nghệ thuật ở học viện địa phương mở vào cuối tuần trong suốt những năm tháng tiểu học của mình. Vào mùa hè chuyển giao giữa tiểu học và trung học, tôi làm việc cho một kiến trúc sư vốn là hàng xóm của tôi, học cách dùng thước chữ T (T-square) và bút mỏ vịt (ruling pen). Thời trung học, tôi làm việc cho tờ báo và kỷ yếu của nhà trường, đồng thời chứng kiến tác phẩm đầu tiên của mình được in ra. Thời đại học, tôi lại làm việc cho tờ báo và kỷ yếu, đó cũng là lần đầu tiên tôi được nếm trải "mùi vị" của công việc tự do, thiết kế và chế tác chữ cho các tấm poster quảng cáo hòa nhạc cũng như sự kiện. Do đó, việc chuyển tiếp từ thiết kế bán thời gian sang thiết kế toàn thời gian là một quá trình khá liền mạch.

Khi đã trở nên chuyên nghiệp, con đường sự nghiệp của tôi đi theo một quỹ đạo thú vị: Tôi bắt đầu làm thiết kế cho một xưởng in, tiếp đến chuyển sang làm việc cho một công ty quảng cáo, kế đến là một công ty truyền thông đa phương tiện, tiếp nữa là một số đài truyền hình, sau đó là một xưởng chế bản (prepress), và cuối cùng quay lại một xưởng in. Suốt quá trình nhiều năm đó, gần như mọi tập hợp kỹ năng tôi đã học được từ trước đều trở nên lỗi thời; thước chữ T và bút mỏ vịt biến mất, chế bản điện tử ra đời, rồi đến máy tính chiếm lĩnh thế giới thiết kế. Tôi thực sự tò mò xem thử cái gì sẽ đến sau đó.

Ông thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới? Ông có thể chia sẻ với chúng tôi về quy trình thiết kế của mình không? Công nghệ đóng vai trò gì trong quy trình đó?

Nó thực sự phụ thuộc vào dự án. Các dự án ưa thích của tôi là những font phục dựng mà tôi phát triển. Bởi vì theo nghĩa nào đó, các typeface của một thời kỳ đặc thù phản ánh chính thời kỳ mà chúng được tạo ra lần đầu, nên tôi thấy sẽ thật hữu ích nếu tự mình làm quen với những thời kỳ đó bằng cách quan sát các mẩu quảng cáo, poster và những vật dụng khác thuộc văn hóa đại chúng của thời đó. Nhưng rồi, tôi thường quên bẵng dự án đó ít lâu và làm việc ở nhiệm vụ khác, hoặc làm một việc gì đó hoàn toàn không liên quan (đọc sách, nghe nhạc,...). Trước đây, tôi đọc được rằng, nếu bạn gói ghém tất cả các yếu tố của một vấn đề lại rồi thả nó vào tâm trí tiềm thức của mình, tiềm thức của bạn sẽ làm những việc nặng nhọc đó ở hậu cảnh và cuối cùng trình ra cho bạn một giải pháp được đóng gói gọn gàng. Tôi không chắc chắn rằng chuyện đó có thật sự xảy ra với mọi trường hợp hay không, nhưng lại thường rất ứng nghiệm với tôi. Khi trở lại làm việc cho một dự án mà tôi đã để nó tự thẩm thấu một thời gian, mọi thứ dường như diễn ra suôn sẻ mà chỉ đòi hỏi rất ít nỗ lực. Do đó, đôi khi điều này thật hiệu quả.



Typeface Gasoline Alley NF của Nick Curtis, Công ty Nick's Fonts, *www.nicksfonts.com.*

Đôi lúc, chuyện này cũng không hiệu quả lắm, và đôi khi bạn không có được khoảng thời gian xa xỉ để trì hoãn một dự án cho tới khi tự nó giải quyết lấy. Những lúc đó, công nghệ trở thành công cụ tiết kiệm thời gian và mở rộng lựa chọn rất tuyệt. Vào những ngày xa xưa - cái thời tăm tối của thước chữ T và bút mỏ vịt mà tôi đã đề cập lúc đầu - không có các lệnh như "Undo" ("Làm lại") hoặc "Revert to Saved" ("Quay lại bản đã lưu"). Xét về nhiệt động học, đặt mực lên giấy là việc không thể quay ngược lại, nên nếu muốn tạo nhiều phiên bản cho mọi dự án, bạn đều phải quay trở lại từ đầu, lặp lại chính xác những gì bạn đã làm trước đó để đi đến điểm xuất phát, rồi làm thứ gì đó khác đi, nhằm tạo ra một phiên bản thay thế. Ngày nay, các công cụ vẽ kỹ thuật tôi mua hồi ấy - một số khá đắt tiền - sắp trở thành món đồ cổ lạ lẫm đang phủ bụi, nhưng nói thật là tôi sẽ có được những công cụ mới bất cứ lúc nào.

Vai trò của typography trong thiết kế đã thay đổi như thế nào trong suốt thập niên qua? Ông thấy typography sẽ đi đến đâu trong tương lai?

Có lẽ sự thay đổi ngoạn mục nhất chính là sự gia tăng rất nhanh về số lượng typeface có sẵn mà chúng ta có thể lựa chọn. Khi tôi bắt đầu làm việc chuyên nghiệp trong ngành thiết kế hồi thập niên 1970, người ta đã có thể biết hình thù và tên gọi của hầu hết mọi typeface đang có. Đa số chữ được làm từ kim loại hoặc bộ sắp chữ bằng ảnh (phototypesetter), và số lượng typeface có sẵn bị hạn chế. Ngoại lệ quan trọng là việc chế tác chữ bằng kỹ thuật in thạch bản khô (dry-transfer). Cứ khoảng sáu tháng, Letraset, nhà cung cấp hàng đầu ở lĩnh vực này, đã cho ra đời một cuốn danh mục mới, cung cấp khoảng vài chục typeface mới.

Khi việc bố cục chữ chuyển sang máy tính vào đầu thập niên 1980, những máy Mac đầu tiên có 14 font lớn khác thường, nên lựa chọn font còn rất hạn chế. Nhưng khi FontStudio và Fontographer xuất hiện ở lĩnh vực này, cuộc chơi đã thay đổi, và rồi lại tiếp tục thay đổi với tốc độ nhanh chưa từng thấy. Ngay lúc tôi đang viết những dòng này, không phải có vài trăm typeface có sẵn cho nhà thiết kế; mà có tới hàng chục ngàn. Tương tự, thậm chí còn có các "font máy móc" ("robotic font") có khả năng biến đổi chút ít letterform của những typeface này mỗi khi bạn sử dụng chúng.

Lời tiên đoán duy nhất về tương lai của typography mà tôi có thể tự tin đưa ra là các lựa chọn sẽ tiếp tục nhân rộng ra; ngoài chuyện đó, các khả năng chỉ bị giới hạn bởi trí tưởng tượng và tính sáng tạo của người lập trình. Có lẽ chúng ta sẽ thấy những "font thuận theo tâm trạng" ("mood-ring font"), vốn có thể nhận biết tâm trạng của bạn khi bạn viết, rồi thay đổi thiết kế các letterform để thích hợp với tâm trạng đó. Có thể chứ? Ai biết được, nhưng điều này khá khả thi.

Trách nhiệm xã hội nên đóng vai trò gì trong thiết kế? Các nhà thiết kế có thể đóng góp gì cho cộng đồng?

Ở mức độ tốt nhất, thiết kế đồ họa có chức năng như thủy tinh: Nó có thể là cánh cửa sổ mà qua đó, ta thấy ai đó hay điều gì đó khác, hoặc nó có thể là một tấm gương, trong đó ta nhìn thấy bản thân mình. Bất kể ở trường hợp nào, chúng ta đều không để ý đến bản thân tấm thủy tinh đó, nên trông nó rất trung hòa, song thực sự thì nó không bao giờ như vậy.

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ

Thiết kế ảnh hưởng tới chúng ta ở nhiều tầng mức; chúng ta nhận biết về thiết kế nhiều nhất khi nó kích thích trí óc ta, hoặc khiến ta thích thú với vẻ đẹp của nó. Nhưng thiết kế cũng có thể tác động đến chúng ta một cách vô thức, ở tầng "não thằn lằn" ("lizard-brain") và mặc dù ta muốn nó khác đi, thì đây lại là tầng tạo động lực cho rất nhiều hành vi cũng như hành động của ta. Ở tầng này, hai trong số những động lực mạnh mẽ nhất là đồng cảm (empathy) và ác cảm (antipathy).

Từ một góc nhìn chung, thiết kế khơi gợi sự đồng cảm - tức một kết nối cảm xúc đến với cộng đồng lớn hơn - là một thiết kế có trách nhiệm xã hội, nhưng có thể trở thành vô trách nhiệm với xã hội nếu cái cộng đồng lớn hơn đó có những niềm tin lầm lạc, nguy hiểm, hoặc có khuynh hướng hủy hoại. Thiết kế tạo ra sự ác cảm là thiết kế không có trách nhiệm xã hội, nếu sự ác cảm đó được hướng đến chống lại các cá nhân hoặc nhóm hội và tự thể hiện chính nó ra thành lòng căm hờn hay niềm tin mù quáng. Mặt khác, nếu thiết kế tạo ra ác cảm nhắm vào những hành động hoặc thái độ đáng ghét - ví dụ như thái độ căm hờn hay niềm tin mù quáng nói trên, hoặc hành vi tội ác hay tự hủy hoại mình - sẽ được coi là có trách nhiệm xã hội. Do vậy, đây là vấn đề rất phức tạp.

Lời khuyên tốt nhất mà tôi có thể đưa ra cho các nhà thiết kế xoay quanh sự tương đồng của thủy tinh là: Bất kể tấm thủy tinh đó là cửa sổ hay tấm gương, hãy đảm bảo là nó không bị biến dạng.

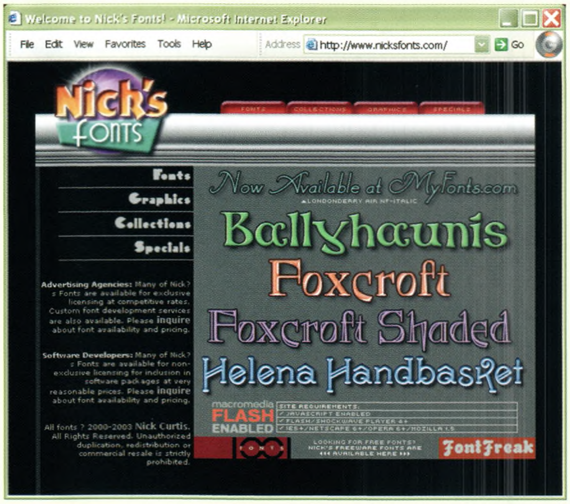
Ông có lời khuyên gì dành cho các sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?

Đầu tiên và trước nhất, hãy nhận thức rằng học tập là một tiến trình kéo dài cả đời người, đặc biệt là trong lĩnh vực thiết kế. Một tỷ lệ lớn - và đang gia tăng - các kỹ năng cũng như kiến thức bạn có được hôm nay sẽ sớm trở nên lạc hậu vào một tương lai gần nhất. Do vậy, hãy luôn sẵn sàng và mở lòng với những thay đổi không thể tránh khỏi sẽ xảy đến trong nay mai.

Thứ hai, đừng tự cho mình là một dạng nhà thiết kế cụ thể này nọ, hoặc là chuyên gia về một loại phần mềm đặc thù nào đó. Hãy nới rộng chân trời của bạn trước mọi cơ hội luôn mở ra.

Cuối cùng, hãy tận dụng mọi cơ hội để học hỏi cách ứng dụng thực tiễn vào thiết kế của bạn. Nếu bạn là một nhà thiết kế in ấn, hãy học hỏi càng nhiều càng tốt về chuyện mực in ở trên mặt giấy thực sự trông ra sao. Nếu bạn là một nhà thiết kế đa phương tiện, hãy học hỏi càng nhiều càng tốt về những khả năng và hạn chế của phương tiện truyền thông mà bạn đang thiết kế. Nếu bạn là nhà thiết kế Web, hãy học cách tối ưu hóa sản phẩm của mình để nó tải nhanh và chính xác đối với càng nhiều người càng tốt...

Nick Curtis, Nick's Fonts, Gaithersburg, Maryland
www.nicksfonts.com





Ảnh chụp màn hình trang Web của Công ty Nick's Fonts. *Ảnh do Nick's Fonts* (www.nicksfonts.com) *cung cấp.*

FONT DÙNG TRONG IN ẤN

Nếu gửi thiết kế kỹ thuật số của mình đến một dịch vụ in ấn, bạn phải gửi kèm theo các file font cho từng font được bao gồm trong thiết kế đó. Điều này là hợp pháp, miễn sao dịch vụ xuất bản đó chỉ sử dụng các file font cho công việc của bạn, sau đó trả lại file cho bạn.

Đối với hầu hết thiết kế bao gồm chữ, cách tốt nhất là tạo chúng bằng cách sử dụng các phần mềm dàn trang (page layout software), như Adobe InDesign, QuarkXPress hoặc PageMaker. Đây là những phần mềm dễ dàng tích hợp các font outline với ảnh bitmap để cho đầu ra chất lượng cao. Nếu bạn dùng chương trình chỉnh sửa ảnh (photo manipulation program) như Photoshop để tạo ra thiết kế, các font bạn dùng sẽ bị raster hóa (rasterize). Một khi chuyện này xảy ra, bạn sẽ không thể chỉnh sửa lại, và kết quả sẽ rất tệ nếu bạn co giãn font.

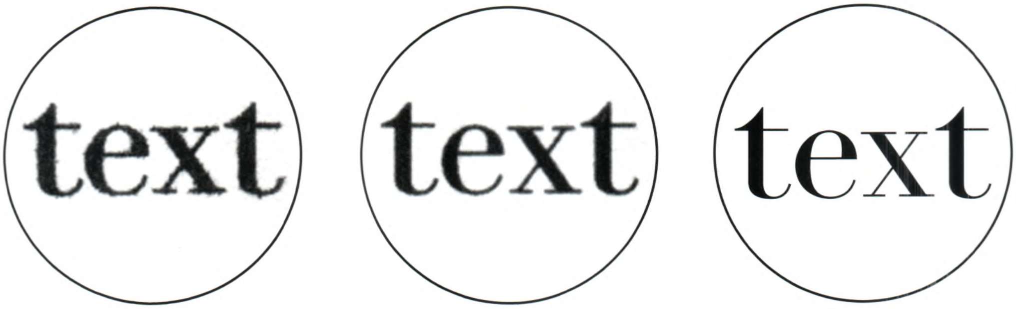
Nếu định dùng nhiều font trong một thiết kế, có thể bạn sẽ muốn sử dụng chương trình phần mềm vẽ (drawing software program) như Adobe Illustrator để có thể tận dụng tính năng "tạo đường viền" ("create outlines"). Điều này cho phép bạn lựa chọn các chữ cái và chuyển đổi chúng thành dạng outline (đường viền). (Dù có thể bạn đang sử dụng những font outline như PostScript, TrueType hay OpenType, song máy tính vẫn nhận diện chúng như các ký tự; và nếu bạn không chuyển đổi chúng từ ký tự sang dạng outline, thì bất cứ thiết bị xuất nào cũng sẽ yêu cầu phải cài đặt file font đó). Một khi văn bản đã được chuyển đổi sang dạng outline, máy tính sẽ đọc những hình dạng đó đơn giản như các hình vector, và mọi thiết bị xuất đều có thể in được chúng mà không cần truy cập bất cứ file font nào. Điều này giúp bạn tránh được rắc rối từ việc tổ chức và gửi kèm những file font này cho dịch vụ xuất bản.

Độ phân giải in ấn

Những vấn đề về độ phân giải (resolution) có thể khiến bạn lúng túng, bởi đơn vị đo lường dùng để mô tả các loại độ phân giải khác nhau thường được hoán chuyển không chính xác. Như đã đề cập, độ phân giải màn hình được đo bằng số pixel trên mỗi inch (pixels per inch, hay ppi). Mặt khác, độ phân giải máy in được đo bằng số chấm trên mỗi inch (dots per inch, dpi), hoặc số dòng trên mỗi inch (lines per inch, lpi) cho quá trình in "nửa tông" (halftone printing).

Hầu hết máy in đều có thể in ở nhiều độ phân giải khác nhau. Độ phân giải càng cao, các ký tự in ra trông càng mịn và chi tiết hơn, thời gian in càng chậm hơn. Nhìn chung, độ phân giải in ấn (print resolution) ở mức 600 dpi hoặc 133 lpi được xem là chất lượng in chuẩn chuyên nghiệp. Dù văn bản và hình ảnh trên màn hình máy tính chỉ có thể xem ở mức 72 đến 96 ppi, song nếu phải in ra thì chúng sẽ cần độ phân giải hiển thị (display resolution) cao hơn. Độ phân giải màn hình chuẩn, thiết đặt cho chữ và hình ảnh ở các tài liệu in chuyên nghiệp là 300 ppi. Tại độ phân giải màn hình này, máy in có thể render các layout thiết kế rất tốt ở mức 600 dpi. Hầu hết máy in phun và laser đều có thể in ở độ phân giải từ 300 đến 600 dpi, trong khi máy in imagesetter (imagesetter) có thể in ở độ phân giải lên đến 4.000 dpi.

Chất lượng bản in còn phụ thuộc vào việc dùng loại thiết bị xuất nào. Chẳng hạn, một hình ảnh đơn in ở mức 600 dpi trông sẽ khác nhau tùy vào mỗi loại thiết bị xuất. Như bạn có thể thấy từ Hình 7-20, máy in laser có thể xuất ra hình ảnh sáng rõ hơn máy in phun, máy imagesetter thậm chí còn cho kết quả chuẩn xác hơn - ngay cả khi hai loại máy này đều in ở cùng số lượng chấm trên mỗi inch. Đó là vì các loại thiết bị khác nhau sử dụng mực theo cách không giống nhau.



máy in phun máy in laser máy in imagesetter

Hình |7-20|

Máy in phun, máy in laser và máy in imagesetter khi in cùng một văn bản.

Chất lượng sản xuất từ máy in phun đang ngày càng tốt hơn, và trong nhiều trường hợp có thể ngang bằng với chất lượng máy in laser.

Máy in imagesetter tạo ra những hình ảnh chính xác nhất, đặc biệt là với các letterform có kích thước nhỏ bằng cách chiếu ảnh lên chất liệu ảnh, hoặc in trực tiếp lên bản khắc (direct-to-plate).

Hình |7-21|

Cận cảnh văn bản in không sử dụng kỹ thuật điều tiết và có dùng kỹ thuật điều tiết, trích từ cuốn *Pocket Guide to Digital Printing* (tạm dịch: *Tài liệu bỏ túi hướng dẫn về In ấn kỹ thuật số*) của Frank Cost.

Ở độ phân giải rất thấp, dữ liệu điều tiết (hinting data) được mã hóa trong file font có thể giúp máy in render nhiều kích thước chữ khác nhau ở mức tối ưu. Máy tính sử dụng thông tin này để raster hóa các font outline theo độ co giãn và độ phân giải sẽ được dùng khi in. Khi đó, máy in đọc bitmap của glyph, đồng thời áp chấm mực in hoặc vật liệu in (toner) vào giấy theo bitmap đó. Bạn có thể nhận thấy sự khác biệt mà kỹ thuật điều tiết có thể tạo ra ở Hình 7-11. Tuy nhiên, ở độ phân giải in ấn cao hơn, các tính năng điều tiết (hint) sẽ không tạo ra sự khác biệt dễ nhận diện như vậy.



không sử dụng kỹ thuật điều tiết

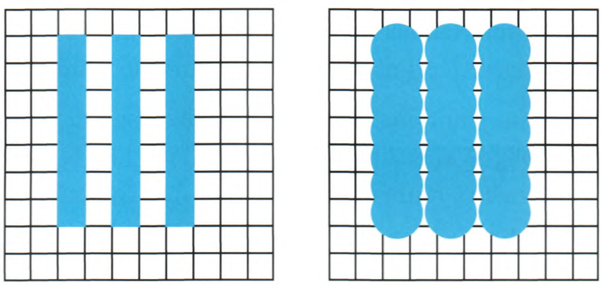


có sử dụng kỹ thuật điều tiết

Nếu bề mặt in có nhiều lỗ nhỏ li ti, mực sẽ bị loang ra, làm cho chữ dày hơn và khó đọc hơn một chút. Hình 7-22 minh họa cách vết mực loang có thể tác động đến hình dạng của các chữ và đối tượng được in.

Hình |7-22|

Mô phỏng vết mực in loang ra trên một bề mặt in có nhiều lỗ nhỏ li ti, trích từ cuốn *Pocket Guide to Digital Printing* (tạm dịch: *Tài liệu bỏ túi hướng dẫn về In ấn kỹ thuật số*) của Frank Cost.

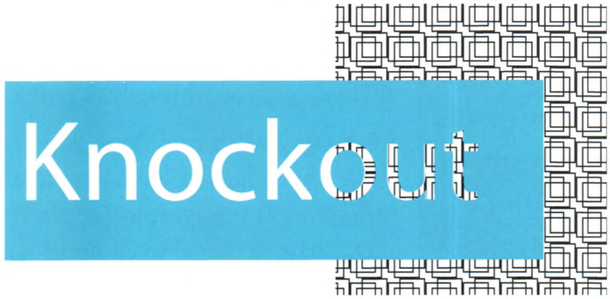


Trapping và knockout



Hình |7-23|

Trapping.



Hình |7-24|

Knockout.

Nếu thiết kế của bạn được in với quy trình in bốn màu, có thể bạn cần tính đến vấn đề **chồng lệch màu (misregistration)** - hiện tượng gióng lệch trong quá trình tách màu và/hoặc khi các màu lân cận (adjacent color) trong vật liệu in bị chồng lên nhau. Một phương pháp giúp giải quyết vấn đề chồng lệch màu là sử dụng kỹ thuật **trapping (chồng lấn màu)**. Trapping được thực hiện bằng cách mở rộng một chút phần hình có màu sáng hơn trong hai hình tiếp xúc nhau sao cho hơi chồng lên hình có màu tối hơn, như minh họa ở Hình 7-23. Bằng cách này, nếu các đối tượng không được in ở đúng vị trí, thì sẽ không thấy được màu của trang giấy ở xung quanh viền của những đối tượng đó. Khi in văn bản, trapping đặc biệt quan trọng, bởi hiện tượng chồng lệch màu có thể làm giảm tính rõ ràng. Một cách tiếp cận khác giúp đảm bảo tính rõ ràng trước tình trạng chồng lệch màu trong quy trình in bốn màu là tránh đặt văn bản cần in lên các đối tượng hoặc nền có màu khi tạo layout. Thay vì vậy, có thể tạo văn bản ở những vị trí trên bằng kỹ thuật knockout, như minh họa ở Hình 7-24. **Knockout (đột dập)** là văn bản thực chất không được in mà được cắt từ một vùng liền được in màu. Hình dạng của chữ cái được tạo thành thông qua các không gian âm bao quanh letterform, song bản thân văn bản vẫn giữ nguyên màu của giấy in.

CHỮ CHUYỂN ĐỘNG

Chữ chuyển động (kinetic type) chỉ các chữ di động; kiểu chữ này rất phù hợp để dùng trong tiêu đề phim, màn phim mở đầu chương trình truyền hình, chương trình quảng cáo và các môi trường kỹ thuật số. Chữ chuyển động được sử dụng một cách truyền cảm trên truyền hình và phim ảnh trong suốt thập niên 1960. Thời kỳ này, các nhà thiết kế thường xuyên được thuê sáng tạo ra những chuỗi tiêu đề có tính cách tân. Các màn phim mở đầu này được tạo rất tài tình, khôi hài và gây tò mò, thường được cấu trúc thành những câu chuyện nhỏ mở rộng cho câu chuyện chính mà chúng giới thiệu. Đây chính là kết quả của việc vận dụng các kỹ xảo nghệ thuật đồ họa táo bạo về tích hợp (integration) và làm biến dạng (distortion), được đánh giá là đi tiên phong về nội dung phim.

Thuật ngữ

chồng lệch màu (misregistration): hiện tượng gióng lệch trong quá trình tách màu và/hoặc khi các màu lân cận trong vật liệu in bị chồng lên nhau.

knockout (đột dập): văn bản thực chất không được in mà được cắt từ một vùng liền được in màu; hình dạng của chữ cái được tạo thành thông qua các không gian âm được in bao quanh letterform, song bản thân văn bản vẫn giữ nguyên màu của giấy in.

trapping (chồng lấn màu): một cách xử lý hiện tượng chồng lệch màu, thực hiện bằng cách mở rộng một chút phần hình có màu sáng hơn trong hai hình tiếp xúc nhau sao cho hơi chồng lên hình có màu tối hơn.



Hình |7-25|

Montage dùng chữ chuyển động, chuỗi các ảnh chụp màn hình từ phim hoạt hình ngắn *Little Yellow Writing Hood* do Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop của studio Strange Attractors Design thiết kế cho FSI (FontShop International - Công ty FontShop Quốc tế).

Nhà thiết kế tạo ra các sequence này bằng cách sử dụng thủ pháp hoạt hình vẽ nét (line art animation) - hay còn gọi là hoạt họa (cartooning), phim ghép tĩnh (stop-action filming) như dùng đất sét tạo nhân vật (claymation), rotoscoping (vẽ lên tấm phim để kết hợp yếu tố minh họa và nhiếp ảnh) và một loạt kỹ thuật quay phim khác. Cuộc khủng hoảng thập niên 1970 dẫn đến phải cắt giảm chi phí dành cho các bộ phim và chương trình truyền hình, điều này đã tạo ra sự chuyển dịch toàn ngành sang những phong cách tạo tiêu đề tiết kiệm và cũng kém linh động hơn.

Chỉ cho tới gần đây, khi máy tính gia nhập vào lĩnh vực này, chúng ta mới bắt đầu chứng kiến sự hồi sinh của chữ chuyển động được thiết kế một cách tỉ mỉ. Các khả năng mới của ứng dụng kỹ thuật số đem lại cơ hội rộng mở cho việc thử nghiệm typography dịch chuyển. Ngoài ra, tổ chức World Wide Web đã tạo ra một địa điểm để chia sẻ những khám phá này với mức chi phí thấp.

Lĩnh vực chữ chuyển động dạng kỹ thuật số được nhiều người xem là hầu như chưa được khai phá, và tiềm năng của nó quá xa vời để có thể chạm tới. Mặc dù lý thuyết làm phim và typography truyền thống cung cấp một số nền tảng cơ bản cho phương pháp luận về chữ chuyển động, song các triết lý cũng như cấu trúc chỉ mới bắt đầu xuất hiện để hướng dẫn nhà thiết kế cách sáng tạo loại chữ này trong môi trường kỹ thuật số.

Mục đích

Việc thêm chuyển động (motion) đã điều chỉnh hình thức của chữ theo thời gian, cho ra những chất lượng biểu đạt mới. Việc xác định mục đích cụ thể của việc làm cho chữ chuyển động rất quan trọng, nhờ đó tất cả các quyết định thiết kế đều hỗ trợ phục vụ mục đích này. Nhà thiết kế phải rất cẩn trọng, không để sự mới lạ của các yếu tố giải trí làm phân tán hay lu mờ thông điệp của họ. Một số lý do giải thích tại sao cần thêm thành phần chuyển động vào chữ có thể là nhằm:

- Củng cố hoặc minh họa cho nội dung văn bản.
- Mở rộng ý nghĩa của văn bản, vượt ra ngoài nội dung mà văn bản đề cập.
- Phủ định hoặc thách thức nội dung văn bản.

Cấu trúc

Chữ chuyển động có thể được cấu trúc thành một montage hoặc một collage. Montage là sự sắp xếp chữ và hình ảnh lại với nhau theo trật tự tuyến tính để tạo ra một câu chuyện - nghĩa là, chúng kể một câu chuyện có phần mở đầu, phần chính và phần kết thúc. Hình 7-25 minh họa một sequence từ một montage hoạt hình có tên *Little Yellow Writing Hood* (tạm dịch: *Cô bé quàng khăn vàng*), trình diễn hơn 300 font của một công ty thiết kế chữ bằng cách dùng hình động kể một câu chuyện cải biên theo phương pháp typography từ truyện cổ tích kinh điển *Little Red Riding Hood* (tạm dịch: *Cô bé quàng khăn đỏ*).

Mặt khác, collage là một tập hợp phi tuyến tính bao gồm những chữ và hình ảnh đi cùng nhau để gợi ra hoặc khai phá một chủ đề nào đó. Trong khi montage cần được xem trong sequence để hiểu được trọn vẹn ý nghĩa, thì collage có thể truyền tải ý nghĩa khi xem ở bất cứ trình tự nào. Collage ở Hình 7-26 minh họa một sequence dùng chủ đề thị giác theo trường phái Kiến tạo Nga (Russian Constructivist) để giới thiệu các đạo diễn triển vọng và tác phẩm phim của họ bằng cách vẽ ra một hình ảnh so sánh hài hước giữa các đạo diễn phim với những nhà độc tài chính trị.

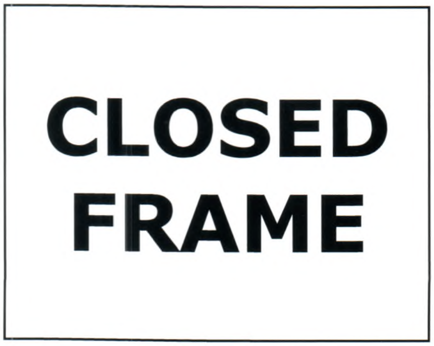
Bất cứ montage hay collage dùng chữ chuyển động nào cũng được cấu thành từ các khung hình (frame), cảnh đơn (shot), cảnh quay (scene) và sequence. Khung hình là một ảnh tĩnh duy nhất, thành phần nhỏ nhất của một sequence. Cảnh đơn là sự kết hợp của nhiều khung hình chứa một hành động liên tục. Ghép nhiều nhóm cảnh đơn liên quan nhau lại sẽ tạo thành một cảnh quay. Cuối cùng, các cảnh quay có thể được tập hợp lại theo một trật tự cụ thể để tạo ra một sequence biểu đạt một câu chuyện hay chủ đề nào đó.

Nhà thiết kế chữ chuyển động cần ra quyết định về tính lân cận của văn bản và đối tượng xét theo bố cục, liên hệ đến nhau và liên hệ với cả mép khung hình. Trong khung hình mở (open frame), các hành động xảy ra ở cả bên trong lẫn bên ngoài khung hình - như thể người xem đang nhìn ra bên ngoài cánh cửa sổ vậy, bạn có thể thấy điều này ở Hình 7-27. Với khung hình đóng (closed frame), tất cả các hành động xảy ra bên trong đường viền của màn hình - tới mức có cảm giác khung hình đó là một căn phòng, như minh họa ở Hình 7-28.



Hình |7-27|

Khung hình mở.



Hình |7-28|

Khung hình đóng.



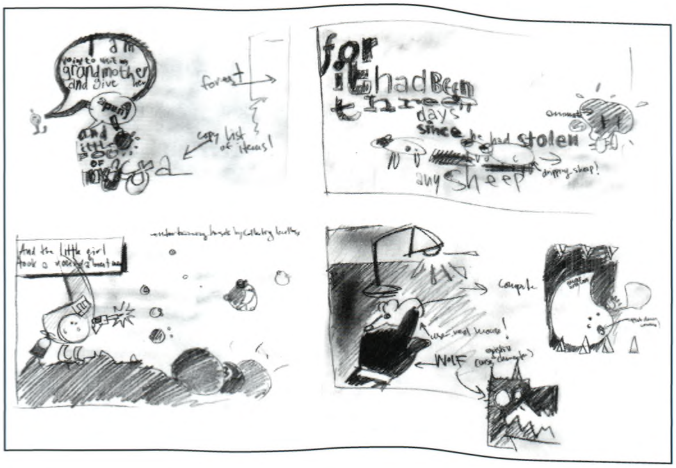
Hình |7-26|

Collage dùng chữ chuyển động, chuỗi ảnh chụp màn hình từ phim *IFC: Ten New Titans* (tạm dịch: *IFC: 10 gã khổng lồ mới*), được TWOTHOUSANDSTRONG sản xuất cho IFC (Independent Film Channel - Kênh phim độc lập).

Tạo kịch bản hình ảnh

Kịch bản hình ảnh (storyboard) là một tập hợp bao gồm các khung hình được phác thảo (sketch) hoặc render, biểu thị layout, các hành động và thời lượng cho một thiết kế dựa trên thời gian hoặc có tính tương tác. Tạo kịch bản hình ảnh giúp nhà thiết kế hoạch định layout cũng như tính toán thời gian cho các cảnh đơn và cảnh quay để thuyết minh theo khung hình. Bên cạnh đó, điều này còn giúp nhà thiết kế tạo nên những khía cạnh thiết kế giàu tính năng như nút điều khiển hướng cho các bài hướng dẫn (tutorial) tương tác, trò chơi và trang Web. Kịch bản hình ảnh còn hữu ích cho việc phát triển và thực thi mọi thiết kế sẽ dần bộc lộ theo thời gian, bởi kịch bản hình ảnh đem lại cơ hội kiểm tra và đánh giá những ý tưởng về cách các thành phần thiết kế nên thực thi chức năng của chúng - trước khi đưa vào sản xuất thực sự.

Kịch bản hình ảnh cũng là một công cụ truyền thông quan trọng. Nhà thiết kế có thể dùng kịch bản hình ảnh để hỗ trợ trình bày và marketing thiết kế mới tới khách hàng. Kịch bản hình ảnh còn có thể đóng vai trò là bản in lam (blueprint) cho thiết kế đó, truyền đạt các hướng dẫn quan trọng tới tất cả những người có liên quan đến quá trình sản xuất của dự án đó. Kịch bản hình ảnh có thể bắt đầu như một chuỗi bản phác thảo rất đơn giản, với những ghi chú và mũi tên cho biết chuyển động và hướng chuyển động (direction), như bộ hình được mô tả ở Hình 7-29. Loại kịch bản này cũng có thể được phát triển đến bất cứ mức độ tinh vi nào, tùy thuộc vào nhu cầu của dựa án, và bạn có thể thấy rõ điều này từ kịch bản hình ảnh được trau chuốt kỹ lưỡng ở Hình 7-30.





Hình |7-29 (bên trên) và 7-30 (bên dưới) |

Kịch bản hình ảnh dạng bản thô và bản đã được trau chuốt cho phim *Little Yellow Writing Hood*, được Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop của studio Strange Attractors Design sáng tạo cho Công ty FontShop Quốc tế (FSI).

Thời gian

Khi thời gian (time) là một thành tố trong thiết kế, thì những yếu tố bổ sung như chuyển động, nhịp điệu (rhythm), sequence và sự biến đổi hình thức có thể được hiểu theo nghĩa đen thay vì nghĩa hàm ý, giống như bản chất của chúng trong thiết kế tĩnh. Tất nhiên, việc áp dụng chiều kích thời gian vào typography đem đến cho nhà thiết kế nhiều cơ hội, thách thức và những vấn đề mới cần cân nhắc. Việc truyền tải thông điệp bằng cách sử dụng chữ biến đổi qua thời gian có thể mô phỏng cách truyền đi từ ngữ được nói ra theo một trình tự nào đó. Các ký tự typography có thể đóng vai trò kể chuyện và/hoặc là những vai diễn trong câu chuyện hỗ trợ, phủ định hoặc lờ đi nội dung bên trong của các từ mà chúng biểu đạt. Chữ có thể linh hoạt về mặt tạo hình và có thể linh động biến đổi các đặc tính của nó, hay thậm chí có thể chuyển đổi đặc điểm nhận diện của nó bằng cách đổi sang những ký tự hoặc đối tượng khác.

Beowolf là một font cách tân, được xem là hiệu quả nhất theo thời gian. Các nhà thiết kế của Beowolf muốn thách thức quan điểm cho rằng người ta xác định một font do nó có thể được sản xuất lại từ những ký tự được định hình cụ thể. Đưa ra ví dụ về chữ viết tay, họ khẳng định rằng tính chất giống nhau đó không chỉ không cần thiết đối với tính dễ đọc, mà chỉ một chút biến đổi cũng có thể "làm mắt cảm thấy dễ chịu vô cùng". Do đó, họ tạo ra một font bằng cách mã hóa các glyph, nhằm sắp xếp ngẫu nhiên các hình dạng và màu sắc của chúng, không thoát ra ngoài những ranh giới được chỉ định. Trong những ranh giới đó, các glyph chuyển đổi tự do để trông như đang lắc lư, nhảy múa. Các ký tự của font này không dễ nhận diện bằng cách xác định những hình dạng tĩnh, vốn là cách thường thấy ở các typeface khác. Thay vào đó, Beowolf được nhận diện nhờ tiết tấu và kiểu biến đổi. Khi được in ra, các ký tự lặp lại của Beowolf trông khác nhau, như minh họa ở Hình 7-31.



Hình 7-31

Typeface Beowolf của Erik van Blokland và Just van Rossum đến từ Công ty Thiết kế chữ LettError.

Chuyển động

Các chuyển động xảy ra trong thiết kế dùng chữ chuyển động hỗ trợ tốt cho việc kể chuyện. Chúng còn giúp biểu thị giọng điệu, hoặc gán tính cách cho các thành phần. Nhà thiết kế cần cân nhắc một vài phiên bản thay đổi của chữ có thể di chuyển, các phiên bản này được minh họa rất tốt qua trang Web của Công ty thiết kế 13thFloor (*www.13thfloordesign.com*), như minh họa ở Hình 7-32.

- *Tính lân cận (proximity)* chỉ vị trí của văn bản theo mối liên hệ với các thành phần khác và trong mối liên hệ với các đường viền của khung hình; văn bản có thể kéo về cùng một điểm (converge), rút vào (retract) hoặc chồng lấn (overlap). Trong khung hình đầu tiên của Hình 7-32 (bên trái), các con số được xếp theo khối dọc một cách chậm rãi, mỗi số nằm bên trên số trước từ L đến 12 để mô phỏng trải nghiệm đi thang máy lên cao.



Hình |7-32|

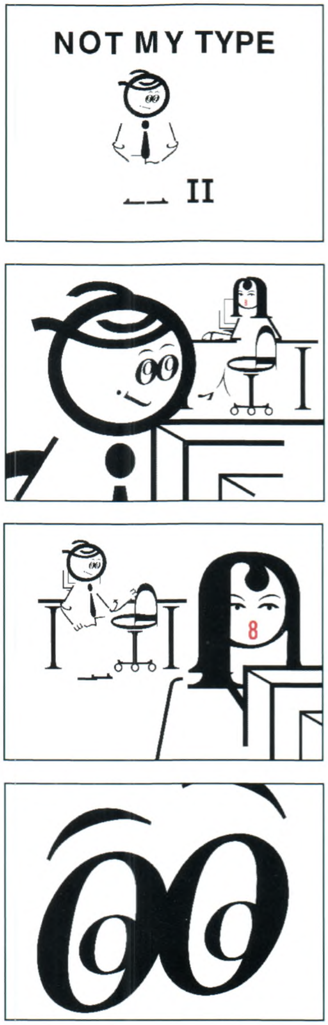
Loạt ảnh chụp màn hình từ trang Web hoạt hình của Dave Parmley và Eric Ruffing thuộc Công ty 13thFloor, mô tả chữ chuyển động.

- *Sự xoay vòng (rotation)* của các thành phần xảy ra quanh một điểm hoặc một trục trung tâm; văn bản có thể phẳng hoặc có mối liên hệ không gian, theo chiều kim đồng hồ hoặc ngược chiều kim đồng hồ. Trong cùng một sequence, một khi đã qua được tầng 12, nút bấm thang máy cho tầng 13 sẽ xuất hiện. Khi nhấn vào, hoặc "bấm vào", nút đó bắt đầu xoay vòng. Tốc độ xoay của nút đó tăng lên cho đến khi nó tỏa ra một vòng xoắn ốc ngày càng mở rộng ra rồi lấp đầy màn hình. Khi vòng xoắn ốc đó lùi dần, ta thấy mình được chuyển qua một cổng để tiến vào một chiều kích mới, một bối cảnh kỳ lạ về một gã khổng lồ xoay vòng 13 giây. Hiệu ứng này là cảm giác trở thành một vị khán giả bị buộc phải ở trong ngôi nhà diễn trò tại một lễ hội nào đó.
- *Hướng chuyển động (direction)* mô tả cách chuyển động của chữ; hướng có thể theo phương ngang, dọc, xiên, tiến tới, lùi ra, hoặc ngẫu nhiên. Một khi bạn tới được chỗ 13 giây ở Hình 7-32 (bên trái), một gã hề gớm ghiếc sẽ nhảy xổ ra từ sau nút thang máy kia, các chữ xoay vòng mô tả những dịch vụ của công ty thiết kế dường như tiến lên và lùi về. Dịch vụ cuối cùng tiến lên sẽ không lùi, mà chỉ rơi xuống. Rồi gã hề bắt đầu xoay tròn và tiến đến. Việc phóng to vào mắt của gã hề, vốn thực sự là con số 13, giúp chuyển sang khung cảnh kế tiếp.
- *Sự định hướng (orientation)* đề cập đến hướng đọc của văn bản, có thể là theo phương ngang, dọc, xiên, hoặc cong. Khi tiến vào mắt của gã hề ở Hình 7-32 (bên phải), ta thấy chính mình đang ở trong cái thứ có thể giả định rằng đó là tròng đen bừng cháy của gã hề. Nổi lên trên con ngươi, những lời chứng thực về công ty thiết kế đó hiện ra rồi biến mất theo nhiều chiều hướng khác nhau.

Tiếng nói và tính cách

Có thể nhân cách hóa hoặc nhân tính hóa chữ bằng cách gán cho nó những hành vi giống con người hoặc loài vật. Một tiếng nói (voice), một cảm xúc (emotion) hay một tính cách (personality) có thể được truyền vào chữ thông qua hình thức và chuyển động của chữ đó. Một cách hay khiến người xem trút bỏ mối hoài nghi là áp dụng các quy luật vật lý tương tự vào những nhân vật hoạt hình giống với cuộc sống bình thường của chúng ta. Điều chỉnh ease in và ease out cho các chuyển động có thể giúp mô phỏng hiện tượng vật lý của một môi trường chịu ảnh hưởng của trọng lực. (Trong đó, ease in là chỉnh cho chuyển động bắt đầu một cách chậm rãi, sau đó tăng tốc độ nhanh hơn; ease out là chỉnh cho chuyển động bắt đầu nhanh, sau đó chậm lại).

Trong loạt phim ngắn đầy sáng tạo "Not My Type" (tạm dịch: "Không phải phong cách của tôi"), như mô tả ở Hình 7-33, mọi khía cạnh của phần hình ảnh được xây dựng từ các letterform có thể di chuyển. Trong bộ phim kể chuyện này, không từ nào được nói hoặc viết ra. Thay vào đó, nhiều typeface, biểu tượng cũng như ký tự khác nhau được làm cho chuyển động, nhằm truyền tải cảm xúc và hành vi của các nhân vật.



Hình |7-33|

Các khung hình trong phim hoạt hình ngắn *Not My Type II* (tạm dịch: *Không phải phong cách của tôi II*) của Lycette Bros.

Nhịp điệu và tiết tấu

Trong typography truyền thống, nhịp điệu (rhythm) được tạo ra nhờ lặp lại các ký tự hoặc đặc điểm của ký tự về mặt không gian. Trong chữ chuyển động, cả nhịp đều (regular rhythm) lẫn nhịp không đều (irregular rhythm) đều có thể được tạo ra bằng cách lặp lại chuyển động. Một quy tắc chung theo kinh nghiệm của giới làm phim là thời gian hiển thị văn bản cần gấp đôi độ dài thời gian đọc văn bản. Điều này cho phép người xem có đủ thời giờ để đọc và tiếp nhận thông tin được đưa ra.

Tiết tấu (pace) trong thiết kế dùng chữ chuyển động mô tả mức nhanh chậm của nhịp điệu. Tiết tấu được thiết lập nhờ một chuỗi các khoảng thời gian (duration) và khoảng dừng (interval), xen giữa những khoảng này là hiệu ứng chuyển tiếp (transition). Khoảng thời gian là thời lượng hiển thị một đối tượng hoặc diễn ra một hành động. Khoảng dừng quy định những điểm nghỉ giữa các hành động. Hiệu ứng chuyển tiếp dẫn dắt người xem từ cảnh đơn (shot) hay cảnh quay (scene) này sang cảnh đơn hoặc cảnh quay kế tiếp. Các kỹ thuật chuyển tiếp phổ biến nhất bao gồm: Cắt, chồng mờ, mờ dần và lấp cảnh (wipe).

- *Cắt (cut)* là hiệu ứng chuyển tiếp thẳng từ hình ảnh này sang hình ảnh khác. Hình 7-34a cho chúng ta thấy cách thức nhà thiết kế cắt từ cảnh đơn này sang cảnh đơn khác trong một đoạn quảng cáo thương mại.

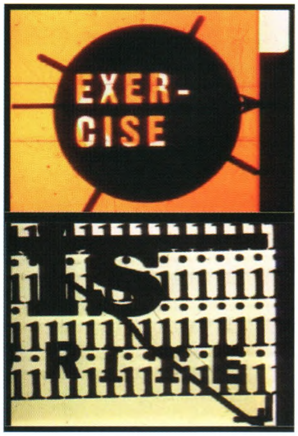
- *Chồng mờ (dissolve)* là hiệu ứng chuyển tiếp mà tại đó, một ảnh hòa vào một ảnh khác. Hình 7-34b cho thấy sequence ở Hình 7-34a trông ra sao nếu nhà thiết kế dùng hiệu ứng chồng mờ thay vì hiệu ứng cắt để tạo sự chuyển tiếp giữa hai cảnh đơn.

- *Mờ dần (fade)* là hiệu ứng chuyển tiếp mà tại đó, một ảnh tan dần rồi biến mất trước khi ảnh tiếp theo xuất hiện. Hình 7-34c minh họa sequence tương tự ở Hình 7-34a khi được áp dụng hiệu ứng chuyển tiếp mờ dần.

- *Lấp cảnh (wipe)* là hiệu ứng chuyển tiếp mà tại đó, một hình ảnh mới được kéo qua màn hình theo chiều ngang, chiều dọc, theo góc chếch, hoặc theo những dạng hình tỏa tròn từ tâm. Hình 7-34d cho thấy hiệu ứng lấp cảnh theo chiều ngang trông ra sao khi được áp dụng cho cùng một sequence ở Hình 7-34a.

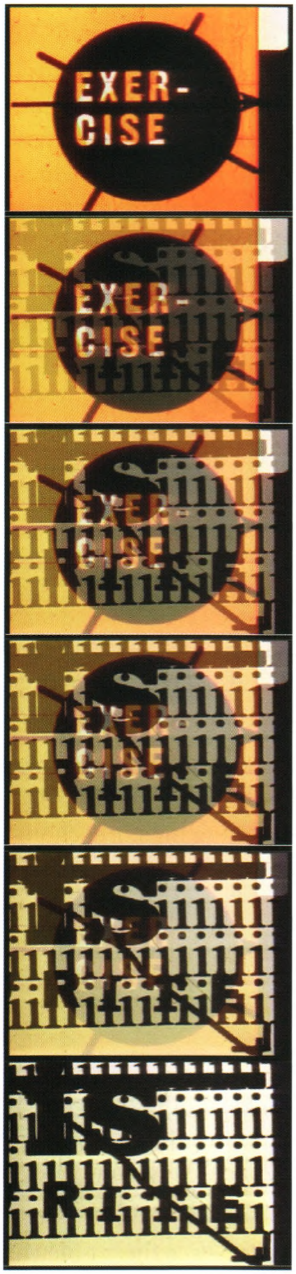
Hầu hết phần mềm chỉnh sửa đều có thêm nhiều hiệu ứng chuyển tiếp khác, nhưng đối với các nhà thiết kế và nhà làm phim chuyên nghiệp, việc lạm dụng những hiệu ứng chuyển tiếp mới lạ này thường bị xem là thiếu chuyên nghiệp. Nhiều nhà thiết kế chỉ chọn một hoặc hai kiểu chuyển tiếp để dùng nhất quán trong cả đoạn phim, nhằm giúp người đọc ít bị rối trí nhất.

Khi chỉnh sửa thiết kế dùng chữ chuyển động, hãy cẩn thận quan sát tiết tấu của các thành phần; khoảng thời gian, khoảng dừng hoặc hiệu ứng chuyển tiếp quá dài sẽ khiến người xem mất kiên nhẫn và không còn cảm thấy hứng thú nữa.



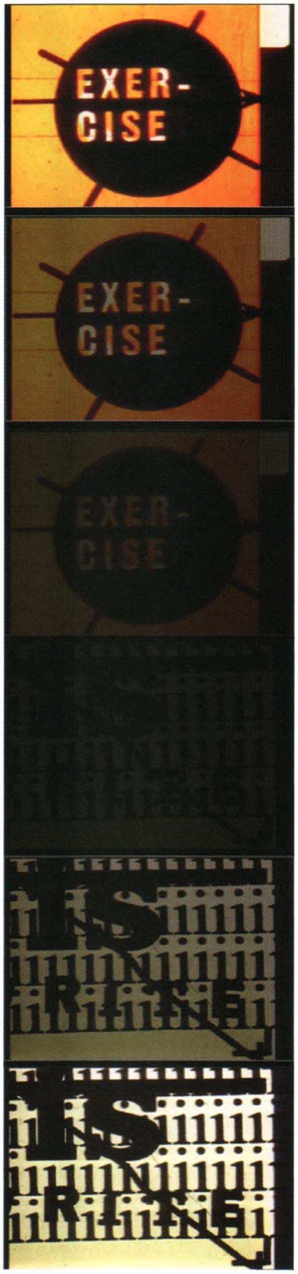
Hình |7-34a|

Các khung hình biểu diễn hiệu ứng chuyển tiếp cắt, trích từ đoạn phim quảng cáo *Foggie Bummer* (tạm dịch: *Kẻ lười biếng*), một tác phẩm thương mại của Jonathan Barnbrook thuộc Hãng Barnbrook Design sáng tạo cho Đài phát thanh BBC ở Scotland.



Hình |7-34b|

Hiệu ứng chuyển tiếp chồng mờ giữa các khung hình ở Hình 7-34a.



Hình |7-34c|

Hiệu ứng chuyển tiếp mờ dần giữa các khung hình ở Hình 7-34a.



Hình |7-34d|

Hiệu ứng chuyển tiếp lấp cảnh giữa các khung hình ở Hình 7-34a.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

> **Thuật ngữ**
>
> **kịch bản hình ảnh (storyboard):** tập hợp các khung hình phác thảo hoặc render, biểu thị layout, các hành động và thời gian cho một thiết kế dựa trên thời gian hoặc có tính tương tác.

Máy tính đã thay đổi chính bản chất của chữ. Bản chất hướng đến mức độ rất chi tiết của thiết kế typography truyền thống bị lãng phí trên màn hình máy tính vì độ phân giải kém không thể tạo ra các sắc thái phức tạp của thiết kế chữ. Thay vào đó, tính rõ ràng và tính dễ đọc trở nên quan trọng hơn bao giờ hết đối với chữ trình chiếu, nhằm luôn giữ cho độc giả cảm giác dễ chịu, hiểu được thông điệp và thoải mái tâm trí khi xem. Kết quả là, các quy ước typography truyền thống không phải lúc nào cũng phát huy tác dụng tốt ở môi trường kỹ thuật số. Hiện đã có cả một tập hợp "các quy tắc" khác nhau, giúp tăng tối đa tính rõ ràng và tính dễ đọc của màn hình, và chúng chỉ mới bắt đầu xuất hiện.

Hình thức của nội dung viết đã đi được một chặng đường dài trong việc truyền tải ý nghĩa và tiếng nói của nhà thiết kế đến với người xem. Dĩ nhiên, giống như với typography truyền thống, ý nghĩa có thể được khắc họa nhờ việc chọn typeface, kiểu chữ, kích thước, độ rộng ký tự, stroke weight, màu sắc,... Nguyên lý của sự nhấn mạnh có thể làm nổi bật nội dung nhờ áp dụng sự tương phản, sự lặp lại và làm biến dạng những letterform có thể nhận diện được. Với các yếu tố bổ sung như thời gian và chuyển động, người xem có thể chứng kiến hoặc thậm chí tham gia vào tiến trình biến đổi. Những sự kiện mà họ gặp phải và lựa chọn trong quá trình quan sát sẽ đem đến những chiều kích khác cho cả chủ đề lẫn câu chuyện được đề cập.

Typography kỹ thuật số còn cung cấp nhiều khả năng mới, cho phép nhà thiết kế tạo ra những thiết kế linh động và ấn tượng. Không còn phải bám vào ô lưới cứng nhắc của việc in ấn, nhà thiết kế có thể dễ dàng tích hợp những kỹ thuật và chiến lược bố cục thử nghiệm, đây chính là các yếu tố giúp mở rộng thêm ranh giới của cách thức người xem đọc, tiếp nhận, định hướng và tương tác với văn bản. Chữ không còn phải tĩnh hay bất biến nữa. Các nhà thiết kế mới chỉ bắt đầu thực hiện những khai phá tiên phong vào việc sử dụng chữ một cách linh động trong địa hạt kỹ thuật số, đồng thời định nghĩa lại các ranh giới về việc chữ có thể là gì và cách sử dụng chữ như một phương tiện chuyên chở giúp truyền tải thông tin.

> **Tất cả đều là ảo giác!**
>
> Ảo giác (illusion) về chuyển động trong phim ảnh, video và các môi trường kỹ thuật số là kết quả từ việc ghép chuỗi các ảnh tĩnh ở tốc độ nhanh hơn mắt thường có thể ghi nhận từng ảnh một. Bộ não con người tiếp tục cảm nhận về thứ mà mắt thấy được lâu hơn một chút so với khi mắt nhìn thấy nó thực sự. Hiện tượng sinh lý học này được gọi là Sự lưu ảnh (Persistence of Vision). Đi đôi với Luật Khép kín (Law of Closure) theo tâm lý học Gestalt, Sự lưu ảnh cho phép bộ não lấp đầy những vị trí còn thiếu để tạo ra cảm giác về một vận động lưu chuyển liên tục. Tốc độ 24 khung hình mỗi giây đủ để đánh lừa mắt người cảm nhận một sequence bao gồm các ảnh tĩnh dưới dạng một ảnh động duy nhất.

Ôn tập

1. Nêu một số khác biệt giữa chữ trình chiếu và typography truyền thống? Những khác biệt này tác động như thế nào đến các vấn đề về tính rõ ràng và tính dễ đọc?
2. Font pixel là gì?
3. Đâu là lợi thế và bất lợi của việc sử dụng font nhúng trong thiết kế của bạn?
4. Hãy giải thích cách cải thiện tính rõ ràng và tính dễ đọc trong các môi trường kỹ thuật số bằng cách điều chỉnh những biến sau: Kích thước, kiểu chữ, tracking, leading, kích thước đoạn văn bản, phạm vi dòng và kết cấu/cấu trúc bề mặt.
5. Chữ bừng sáng là gì và bạn có thể tránh hiện tượng này trong thiết kế của mình bằng cách nào?
6. Giải thích sự khác biệt giữa font bitmap (hoặc font raster) và font outline (hoặc font vector).
7. Kỹ thuật điều tiết (hinting) là gì?
8. Kỹ thuật khử răng cưa (anti-aliasing) là gì?
9. Khi một thiết kế được in ra bằng cách dùng quy trình in bốn màu, có hai cách nào để ngăn chặn chồng lệch màu (misregistration) mà không làm giảm đi tính rõ ràng?

Bài tập

1. Tìm những trang Web sử dụng chữ theo các cách thức sáng tạo. Hãy xem xét những chiến lược typography mà các nhà thiết kế đã dùng, và giải thích rõ lý do tại sao chúng đem lại hiệu quả.

2. Tìm những trang Web sử dụng chữ không tốt. Hãy xác định đâu là những điểm không hiệu quả, và cách thức để nhà thiết kế có thể cải thiện typography tốt hơn.

3. Tìm, tải về bất cứ font miễn phí và tùy ý nào bạn chọn và cài đặt vào máy tính của bạn.

4. Hãy thiết kế một trang Web giải thích cách dùng chữ trong môi trường kỹ thuật số để đạt được tính rõ ràng và tính dễ đọc tối ưu. Chia các layout theo chiều dọc, sau đó lặp lại cùng một văn bản ở hai bên cột. Áp dụng những kiến thức bạn nắm được về màu sắc, sự tương phản, kích thước, kiểu chữ, tracking, leading, kích thước đoạn văn bản, phạm vi dòng và kết cấu/cấu trúc bề mặt, để tạo ra một cột cực kỳ rõ ràng, cột còn lại khó đọc.

5. Hãy tạo một kịch bản hình ảnh cho một tấm thiệp điện tử (e-card) có khả năng tương tác một cách truyền cảm, chỉ dùng chữ để truyền tải thông điệp của thiệp. Tấm thiệp điện tử này có thể sử dụng bất cứ chủ đề chúc mừng nào hoặc vinh danh bất kỳ ngày lễ nào.

6. Khách hàng của bạn đang thực hiện một chương trình truyền hình ăn theo (spin-off television show) dựa trên một nhân vật trong chương trình ưa thích của bạn. Hãy tạo một kịch bản hình ảnh toàn chữ cho đoạn phim mở đầu dài 30 giây của chương trình, bắt buộc phải có tên chương trình, tiêu đề tập sắp chiếu, tên đạo diễn, diễn viên và nhà biên kịch.

7. Hãy tạo thiết kế cho một trang Web hoặc một bài thuyết trình PowerPoint chỉ dẫn người xem cách chơi trò đánh bài ưa thích của bạn, chỉ dùng các ký tự typography và biểu tượng - không sử dụng hình ảnh. Khi thiết kế layout, hãy cân nhắc cách bạn giúp người xem định hướng thông qua môi trường kỹ thuật số và cách bạn nhấn mạnh những thành phần đóng vai trò quan trọng đối với việc xem trên màn hình. Cân nhắc cách các thành phần như line-length (độ dài dòng chữ), leading, word spacing, typeface, kích thước font và màu sắc font sẽ tác động đến tính rõ ràng lẫn tính dễ đọc trong thiết kế của bạn ở môi trường kỹ thuật số. Hãy cân nhắc những quyết định mà bạn đưa ra có thể khác biệt ra sao khi thể hiện bài thuyết trình đó dưới dạng in.



Mẫu chữ nam châm (magnet type specimen) do Joe Freedman của Sarabande tạo ra năm 1993, dựa trên các thiết kế gốc được Lucien Bernhard sáng tạo cho Công ty American Type vào khoảng năm 1940. *Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Sarabande.*

CHƯƠNG 8

Mục tiêu bài học

- Giải thích mục tiêu của bản thiết kế font đề xuất.
- Thiết lập các hướng dẫn cho việc thiết kế một font mới.
- Đưa ra những quyết định am tường về sự tương phản (contrast), hướng nhấn nét (angle of stress) và các nét cuối (terminal), nhằm đảm bảo tính nhất quán trong một bộ ký tự (character set).
- Tạo được typeface nguyên gốc (original typeface).
- Nắm rõ luật bản quyền (copyright law) khi áp dụng luật này cho thiết kế chữ.
- Phát triển một bộ ký tự hoàn thiện.
- Thêm khoảng cách vừa đủ cho các ký tự.
- Tạo được mẫu (specimen) để trình bày và marketing cho một font gốc.

Giới thiệu

Nếu bạn định thiết kế một typeface gốc, câu hỏi đầu tiên sẽ đến trong đầu bạn là: Tại sao? Trên hết, có vô vàn typeface sẵn dùng ở ngoài kia - với số lượng nhiều chưa từng thấy. Sự bùng phát các thiết kế typeface mới tiếp theo cuộc Cách mạng Kỹ thuật số đã vượt qua một cách đáng kể cơn bùng nổ typeface của cuộc Cách mạng Công nghiệp. Tuy nhiên, giống như thế giới này luôn chừa chỗ cho một bức họa nữa, thì với typeface cũng vậy. Người ta tạo các typeface mới vì nhiều lý do tương tự như khi họ tạo ra những bức họa mới - để thể hiện bản thân, để đưa ra tuyên bố cá nhân về thế giới họ đang sống, để đáp ứng một thiết kế hay một nhu cầu minh họa cụ thể, hoặc để tạo nên một hình ảnh đặc trưng cho công ty.

Do đó, nếu quan tâm đến việc thiết kế typeface, bạn cần quyết định lý do của bạn gì, và sản phẩm cuối sẽ phục vụ cho mục đích nào. Hãy tự hỏi ai sẽ dùng typeface này, họ sẽ sử dụng nó ra sao và dùng ở đâu. Typeface được xem chủ yếu trên màn hình hay trên bản in - với kích cỡ lớn hay nhỏ, ở cự ly gần hay xa? Người ta muốn sử dụng font của bạn cho loại thông điệp và tài liệu nào? Typeface của bạn có thể truyền tải tâm trạng, tinh thần hay kiểu ý nghĩa nào; tính cách của typeface sẽ ra sao?

KHỞI ĐỘNG

Một cách hay để khởi động thiết kế typeface là hãy viết một bản mô tả ngắn về dự án đó. Hãy mô tả những ý nghĩa, tâm trạng, cảm nhận theo dự tính của bạn về typeface bạn định thiết kế, về đối tượng sử dụng và cách sử dụng typeface đó,... Điều này đòi hỏi phải nghiên cứu một chút, đặc biệt là khi bạn sắp tạo ra một thiết kế để phục vụ khách hàng nào đó. Hãy đặt ra loạt câu hỏi quan trọng sau: Ai (who), (cái) gì/nào (what), ở đâu (where), thời điểm nào (when), tại sao (why) và như thế nào (how).

- *Ai* sẽ sử dụng font do bạn thiết kế, và ai sẽ đọc font này?
- Font này bao gồm những ký tự *gì*? Chữ hoa? Chữ thường? Bạn có bao gồm các con số, dấu câu, ligature không? Những biểu tượng nào được gộp vào? Bạn có tạo ra bất cứ kiểu chữ đi kèm nào không? Đây là một font đơn lẻ hay một họ font (font family) hoàn chỉnh? Tất cả những vấn đề này nên được quyết định trước nhất, dựa trên công dụng của font đã hoạch định sẵn. Nếu bạn định xin giấy phép cho font của mình thông qua một công ty thiết kế chữ, có thể họ sẽ yêu cầu bạn phải kèm theo một loạt ký tự cụ thể.
- Font này sẽ được xem *ở đâu*? Trên màn hình? Trên bản in? Trên biển quảng cáo lớn ngoài trời? Trên cuốn danh bạ điện thoại dày đặc chữ? Trên các đoạn văn dài, hay chỉ được sử dụng cho mục đích trình bày tiêu đề/đầu đề khổ lớn thôi?
- Font này sẽ gợi lên hay phản ánh *thời điểm nào* (khoảng thời gian nào)?
- *Tại sao* lại tạo ra font mới này; font phục vụ cho mục đích gì? Font này nên biểu thị những ý nghĩa và/hoặc cảm xúc nào? Font gợi ra những mối liên tưởng gì?
- Font này sẽ được render *như thế nào*? Font sẽ được in trên giấy chất lượng cao dùng máy in imagesetter vốn có thể bắt được từng chi tiết không? Font sẽ được in trên giấy chất lượng thấp với loại mực rất tệ, để lại các đốm màu và những vệt màu nhỏ? Font sẽ được xem ở kích cỡ lớn hay nhỏ?

Đáp án cho những câu hỏi này sẽ hỗ trợ bạn đưa ra quyết định cụ thể về việc lựa chọn cũng như sử dụng các thành phần và chiến lược thiết kế. Suốt quy trình thiết kế, việc liên tục đối chiếu lại với bản mô tả ban đầu sẽ giúp bạn đi đúng hướng trong những thời điểm cần thiết để hoàn thành việc thiết kế một font hoàn chỉnh.

Duy trì bản ghi nhận tiến trình

Khi đang tiến hành quy trình thiết kế font, bạn nên duy trì hồ sơ ghi nhận thật tốt. Sẽ có nhiều chi tiết - có thể là quá mức đối với việc chỉ dùng trí nhớ để theo dõi. Hãy lấy một cuốn sổ tay, đồng thời ghi nhận (log) toàn bộ các chi tiết cụ thể của sản phẩm mà bạn thiết kế, những sản phẩm hiệu quả và sản phẩm không hiệu quả. Hãy duy trì việc ghi nhận mọi bước của quy trình và mọi ký tự bạn đang làm việc, để có thể dễ dàng truy cập thông tin đó về sau.

Tìm kiếm cảm hứng

Trước khi bắt đầu thiết kế, bạn nên quan sát và tìm hiểu càng nhiều typeface càng tốt, để có thể nắm được đâu là những font đã có và đâu là những font đang được sử dụng để phục vụ các mục đích giống với mục đích của bạn. Kiến thức này sẽ giúp bạn phân biệt typeface của mình với typeface của người khác, đồng thời học hỏi được nhiều điều từ sai lầm cũng như thành công của các nhà thiết kế khác. Các cuốn sách mẫu (catalog trình bày các mẫu chữ), do những công ty thiết kế chữ cũ và mới xuất bản (các hãng sản xuất font), là nguồn tham khảo tuyệt vời để lấy cảm hứng. Nhiều công ty thiết kế chữ sẽ gửi cho bạn những mẫu chữ miễn phí hoặc giá thấp theo yêu cầu. Tương tự, các thư viện phân loại nhiều bộ sưu tập về lĩnh vực in ấn có thể giữ nhiều sách mẫu cổ thuộc nhiều giai đoạn lịch sử. Tất nhiên, bạn có thể xem hàng trăm font trên mạng, và điều này có thể hữu ích. Tuy vậy, do màn hình máy tính có độ phân giải kém, nên tốt hơn hết là bạn hãy quan sát các typeface dưới dạng bản in để đánh giá đúng những sắc thái chi tiết đem đến nét đặc biệt cho từng typeface.

Làm cuốn scrapbook (vở dán bài rời) cũng là một ý tưởng hấp dẫn khác. Khi thấy mẫu chữ nào làm bạn hứng thú, hãy thu thập và/hoặc đưa mẫu chữ đó vào cuốn scrapbook của mình, đồng thời ghi chú để tự nhắc mình về điều khiến bạn đặc biệt hứng thú ở từng mẫu thiết kế. Điều này sẽ giúp ích cho quá trình brainstorming của bạn sau này.

Thiết kế để đạt được tính rõ ràng

Khi bạn thiết kế các glyph, hãy nhớ rằng phần nửa trên và bên phải của bảng chữ cái tiếng Anh đóng vai trò quan trọng nhất trong việc nhận diện ký tự. Đó là do hầu hết các biến đổi cung cấp những gợi ý thị giác đặc trưng đều được tìm thấy ở các khu vực này, như bạn có thể thấy trong Hình 8-1.

Hình |8-1|

Phần trên và dưới, phần phải và trái của các glyph.



CHUẨN BỊ

Một typeface tốt sẽ đạt được tính nhất quán đủ để không làm gián đoạn tiến trình đọc nội dung. Điều này có nghĩa rằng, khi bạn nhìn vào trang chứa phần văn bản nội dung, thì không nên có chữ cái nào nổi bật hẳn so với những chữ cái khác, để tiến trình đọc diễn ra suôn sẻ. Do các chữ cái có hình dạng khác nhau, nên một vài ảo giác/ảo ảnh thị giác có thể để lại tác động, khiến những letterform nhất quán trông như thiếu nhất quán. Với những trường hợp này, cần thực hiện một số điều chỉnh để tạo ra ngôn ngữ thị giác nhất quán, thậm chí phải trả giá bằng việc mất đi tính nhất quán thực sự. Nhiều ảo giác kiểu này và giải pháp đi kèm sẽ được bàn luận trong chương, song điều quan trọng nhất là bạn nên tin vào mắt mình.

Có một số quyết định then chốt mà bạn cần thực hiện ngay từ giai đoạn đầu của quy trình thiết kế font để đảm bảo tính nhất quán. Những lựa chọn này sẽ định hướng cho toàn bộ quy trình thiết kế và hình thành nên phần thiết yếu cho kiểu font của bạn. Có thể chia các thành phần thiết yếu này thành bốn hạng mục: Đường gióng, sự tương phản, hướng nhấn nét và nét cuối.

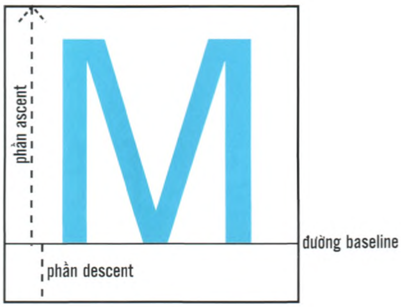
Đường gióng

Bạn đã quen thuộc với các thuật ngữ được giới thiệu ở Chương 2 như đường baseline (baseline), x-height (chiều cao cơ sở), cap height (chiều cao đỉnh), đường ascender/đường trên cùng (ascender line) và đường descender/đường dưới cùng (descender line). Các đường gióng (guideline) này không chỉ giúp nhà thiết kế tạo bố cục cho chữ, mà còn rất cần thiết cho việc thiết kế chữ. Đường gióng bao gồm một ô lưới cho phép nhà thiết kế đảm bảo tất cả các ký tự của một font đều được phân theo tỷ lệ nhất quán; bạn phải thiết lập những đường gióng này để tạo một font mới.

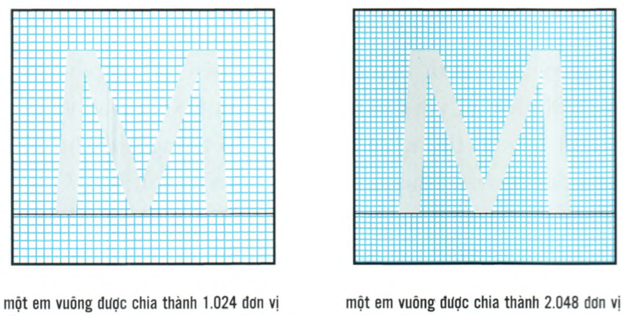
Để làm vậy, bạn sẽ bắt đầu bằng một em vuông; tức một ô có viền bao tưởng tượng, dùng để xác định kích thước và căn gióng các glyph. Kích thước của một em vuông này luôn bằng với kích thước point của typeface. Nó phải chứa trọn từng typeface - mọi chi tiết phải nằm khớp bên trong, thậm chí cả các **dấu (diacritical mark/accent mark)**, vốn có thể được áp dụng vào các chữ cái về sau. Nó cũng phải chứa những không gian phụ ở các bên và trên đỉnh glyph, sao cho các ký tự cận kề không đụng chạm nhau. Một em vuông này thường được đường baseline chia làm hai khu vực - **phần ascent (ascent)** là khu vực nằm bên trên đường baseline; còn **phần descent (descent)** là khu vực nằm ở bên dưới đường này (Hình 8-2).

Hình |8-2|

Phần ascent và phần descent của một em vuông.



Hầu hết font PostScript thiết kế với một em vuông đều được chia thành 1.000 đơn vị, còn font TrueType thiết kế với một em vuông được chia thành 1.024 đơn vị, như minh họa ở Hình 8-3. Tuy nhiên, làm việc với bao nhiêu đơn vị của một em vuông là vấn đề thuộc quyền quyết định của nhà thiết kế. Một em vuông càng được chia nhỏ, độ phân giải càng cao. Số lượng em vuông tối đa mà đa số phần mềm chỉnh font (font editing software) có thể cung cấp là 4.000 đơn vị; tuy nhiên, do máy in thông thường không thể sản sinh nhiều chi tiết hơn con số trung bình từ 1.000 đến 1.024 đơn vị, nên mức chi tiết này thường là thừa. Ngay cả những font được thiết kế để xuất trên các máy in imagesetter chất lượng cao cũng rất phù hợp nếu dựa trên một em vuông kép (doubled em square) được chia thành 2.000 đơn vị đối với font PostScript, hoặc 2.048 đơn vị đối với font TrueType.

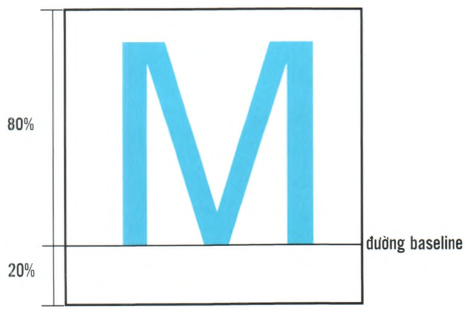


Hình |8-3|

Một em vuông được chia thành 1.024 và 2.048 đơn vị.

Bạn có thể tùy ý xác định tỷ lệ để phân chia một em vuông, từ đó thiết lập việc đo lường cho đường gióng. Tuy nhiên, sẽ rất hữu ích nếu nhà thiết kế lưu ý đến các tỷ lệ đường gióng chuẩn, để có thể đưa ra những quyết định am tường khi muốn đi chệch khỏi truyền thống.

- Theo truyền thống, đường baseline chia một em vuông ở khoảng 20% từ dưới lên trên (Hình 8-4). Đối với một em vuông có 1.000 đơn vị, điều này có nghĩa là phần ascent có khoảng 800 đơn vị và phần descent có khoảng 200 đơn vị.



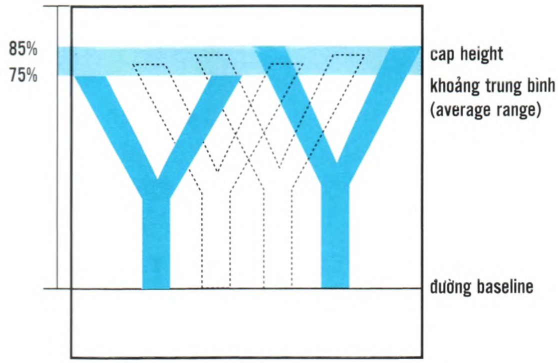
Hình |8-4|

Đường baseline của hình vuông em này nằm ở vị trí 20% từ dưới lên trên.

- Cap height thường bằng khoảng 75 đến 85% chiều cao phần ascent, tính từ đường baseline (Hình 8-5). Điều này đồng nghĩa rằng, đối với một em vuông có 1.000 đơn vị với phần ascent gồm 800 đơn vị, cap height sẽ nằm ở khoảng 600 đến 700 đơn vị trên 1 em phía trên đường baseline.

Hình |8-5|

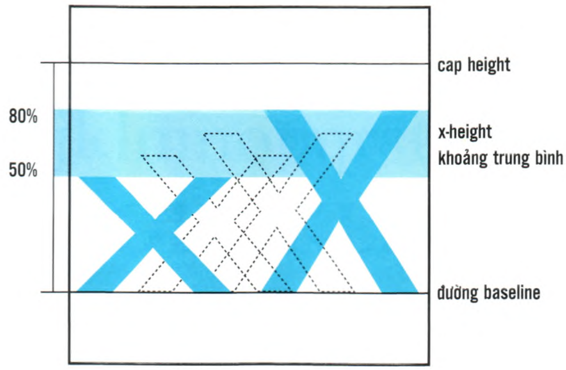
Cap height của một em vuông bằng khoảng 75 đến 85% chiều cao của phần ascent.



- Theo truyền thống, x-height thường có kích thước bằng khoảng 50 đến 80% cap height. Do đó, đối với một em vuông có 1.000 đơn vị với phần ascent gồm 800 đơn vị và cap height gồm 600-700 đơn vị, x-height truyền thống sẽ nằm đâu đó trong khoảng 300 đến 560 đơn vị trên 1 em phía trên đường baseline, như minh họa ở Hình 8-6. Ở đây rất cần sự linh động, nên khi bạn lựa chọn một x-height, hãy nhớ rằng x-height thấp sẽ khiến chữ của bạn có vẻ ngoài nhỏ hơn so với x-height cao hơn, dù có cùng một kích thước point như nhau. Nếu x-height quá ngắn, các chữ cái có thể trở nên quá nhỏ để có thể đọc được ở những kích thước point nhỏ hơn. Mặt khác, nếu x-height của font quá lớn, tính rõ ràng sẽ giảm, bởi phần ascent ngắn có thể gây khó khăn cho việc nhận diện. Ví dụ, chữ **h** với phần ascender rất ngắn sẽ làm ta khó phân biệt với chữ **n**.

Hình |8-6|

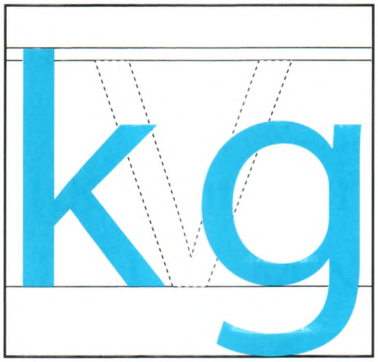
X-height của một em vuông thường có kích thước bằng khoảng 50 đến 80% cap height.



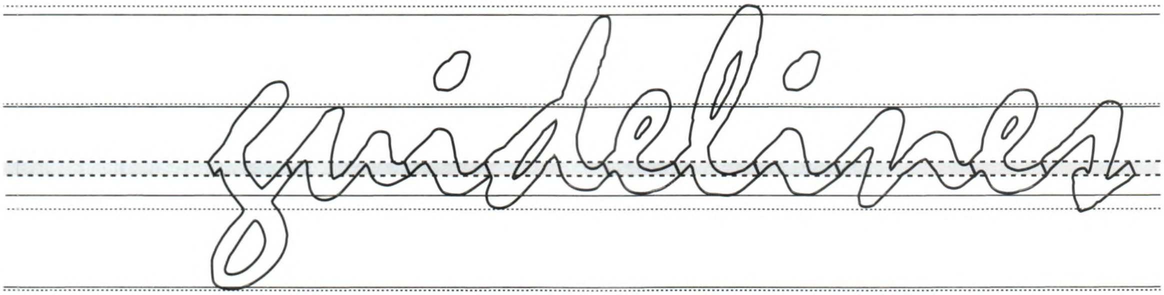
- Đường ascender (ascender line) nên có cùng chiều cao, hoặc cao hơn một chút so với cap height.
- Đường descender (descender line) có thể cao bằng kích cỡ đầy đủ của phần descent (trong trường hợp này là 200 đơn vị em), như minh họa ở Hình 8-7, hoặc có thể ngắn hơn một chút.

Hình |8-7|

Đường ascender và đường descender của một em vuông.



- Có thể bạn cũng cần thiết lập các đường gióng nối kết chữ cái (letter connector guideline), như được trình bày bằng thanh màu xám ở Hình 8-8. Điều này chỉ cần thiết nếu font của bạn là loại chữ Script uốn lượn mềm mại có các chữ cái kết nối lẫn nhau. Trong trường hợp này, bạn cần chọn một chiều cao mà tại đó, toàn bộ các nét chữ nối kết sẽ liên hệ với những chữ cái kề cận.



Hình |8-8|

Các đường gióng nối kết chữ cái.

Trước khi quyết định các tỷ lệ của font, bạn nên xem xét nhiều ví dụ typeface ở nhiều tỷ lệ khác nhau, để nắm rõ tỷ lệ nào sẽ phát huy tác dụng tốt nhất cho thiết kế của bạn.

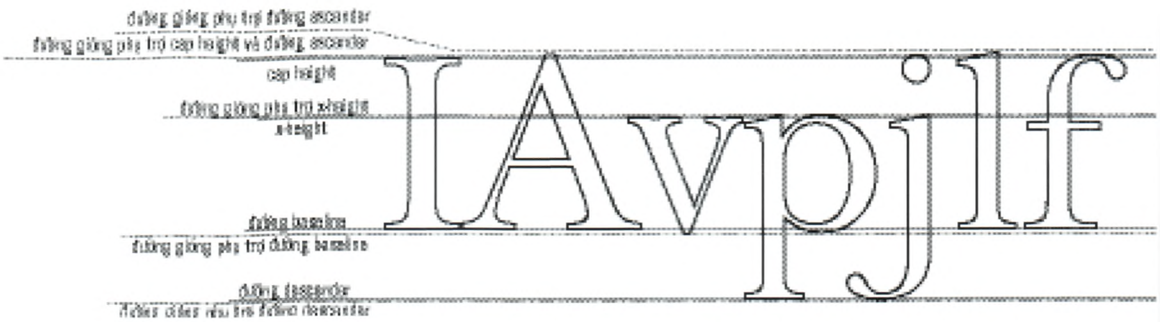
Không may là, các đường gióng chúng ta vừa đề cập không thỏa mãn yêu cầu của mọi ký tự. Những chữ cái bo tròn và nhọn đỉnh trông nhỏ hơn một chút so với các chữ cái khác ở cùng kích cỡ, do chữ cái bo tròn và nhọn đỉnh có thêm nhiều không gian âm bao quanh tại những khu vực mà chúng giao kết với đường gióng. Muốn cân chỉnh lại, bạn cần tạo ra ảo giác khiến các chữ cái bo tròn và nhọn đỉnh có cùng kích thước với những chữ cái khác, bằng cách làm cho chúng to hơn một chút. Để làm điều này, hãy để chúng vượt quá

các đường gióng chuẩn. Bạn cũng cần thiết lập một tập hợp bao gồm các **đường gióng phụ trợ (overshoot guideline)** để các chữ cái bo tròn và nhọn đỉnh duy trì được ngôn ngữ thị giác nhất quán với những ký tự khác, như minh họa ở Hình 8-9. Các đường gióng phụ trợ bao gồm: Đường gióng phụ trợ đường baseline (baseline overshoot), đường gióng phụ trợ x-height (x-height overshoot), đường gióng phụ trợ cap height (cap height overshoot), đường gióng phụ trợ đường ascender (ascender line overshoot) và đường gióng phụ trợ đường descender (descender line overshoot) (tùy chọn).

Đường gióng phụ trợ chuẩn chiếm khoảng từ 10 đến 20 đơn vị đối với một em vuông có 1.000 đơn vị, tức là nằm phía trên (hoặc phía dưới) mỗi đường gióng từ 1 đến 2%.

Hình |8-9|

Các đường gióng phụ trợ.



Việc xác định độ rộng của các ký tự trong một em vuông thường hơi chủ quan, trừ phi bạn sắp tạo ra một font monospace có tất cả các ký tự ở cùng một độ rộng. Một chiến lược tốt theo truyền thống là hãy bắt đầu thiết lập ba độ rộng cơ bản: Một độ rộng hẹp (cho các chữ cái như **i**, **j**, **l** và **t**), một độ rộng lớn (cho các chữ cái như **M** và **w**) và một độ rộng trung bình cho những chữ cái còn lại. Sau đó, trong lúc bạn thiết kế từng chữ cái, hãy biến đổi độ rộng khi cần thiết; các chữ với những nét ngang dày có thể cần thu hẹp lại, do các nét ngang tạo ra ảo giác khiến độ rộng ký tự có vẻ tăng lên, như minh họa ở Hình 8-10. Bạn hãy tin vào mắt mình khi thực hiện việc điều chỉnh này, nhằm đạt được sự nhất quán trong ngôn ngữ thị giác.



Hình |8-10|

Các ký tự với những nét ngang dày có thể cần thu hẹp lại, do các nét ngang tạo ra ảo giác khiến độ rộng ký tự có vẻ tăng lên.

Sự tương phản

Như bạn đã biết ở những chương trước, sự tương phản (contrast) trong typography chỉ sự biến đổi giữa phần dày và mỏng của chữ cái; tức là, sự khác biệt giữa độ rộng của nét stem (stem stroke) với nét hairline (hairline stroke), và giữa phần dày với phần mỏng của nét cong (curved stroke). Các font có sự tương phản rất thấp trông sẽ mờ đục và làm giảm tính rõ ràng của văn bản nội dung khi không còn nét đặc trưng rõ rệt của các letterform. Những font có sự tương phản rất cao cũng có thể làm giảm tính rõ ràng của nội dung văn bản khi làm chói mắt và biến dạng các letterform vốn không khó để nhận diện trước đó. Ngoài ra, bạn nên tham khảo các ví dụ thực tế để hiểu rõ mình muốn thiết lập loại tương phản nào.

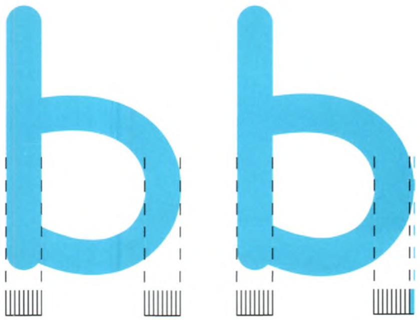
Đối với font có vẻ ngoài truyền thống, bạn có thể chỉnh stroke weight (độ đậm của nét) dựa theo cap height mà bạn đã thiết lập, bằng cách dùng những tỷ lệ phần trăm sau:

- Nét stem thẳng đứng của chữ hoa: Từ 13 đến 18% cap height.
- Nét hairline thẳng đứng của chữ hoa: Từ 5 đến 8% cap height.

Tiếp đến, bạn có thể chọn cách đo lường nét thẳng đứng của chữ thường dựa trên stroke weight thẳng đứng của chữ hoa.

- Nét stem thẳng đứng của chữ thường: Từ 80 đến 90% nét stem thẳng đứng của chữ hoa.
- Nét hairline thẳng đứng của chữ thường: Từ 70 đến 80% nét hairline thẳng đứng của chữ hoa (Lưu ý: Các thanh crossbar thường dày hơn).

Sau đó, bạn có thể xác định độ rộng của các nét cong và xiên dựa trên những thông số đo lường của nét theo chiều dọc. Các nét stem cong và xiên cần rộng hơn một chút để vừa mắt với những nét thẳng tương ứng; đó là do các đường nét cong cũng như xiên trông hẹp hơn so với các đường nét thẳng có cùng độ rộng, như minh họa ở Hình 8-11.

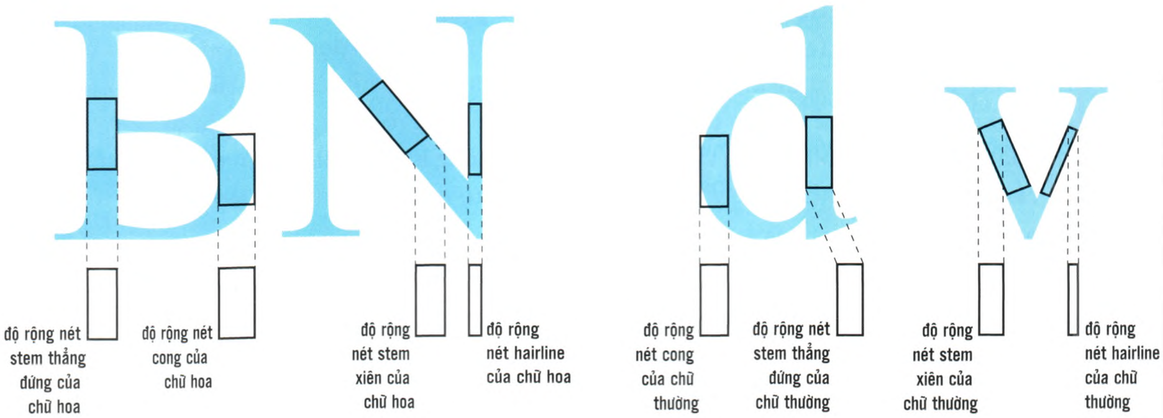


Hình 8-11

Ảo giác - các đường nét cong trông hẹp hơn các đường nét thẳng có cùng độ rộng.

- Độ rộng của nét stem cong: Rộng hơn khoảng 10% so với các nét dọc tương ứng.

Một ý tưởng hay là tạo ra các mẫu (template) cho từng stroke weight, như minh họa ở Hình 8-12, để bạn có thể áp dụng chúng một cách dễ dàng và nhất quán cho những nét phù hợp.



Hình |8-12|

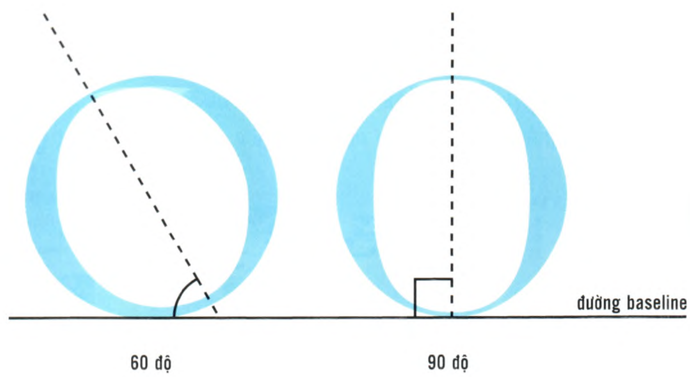
Các mẫu nét tiêu biểu.

Hướng nhấn nét

Hướng nhấn nét (angle of stress) là một yếu tố khác cần đạt được tính nhất quán trong ngôn ngữ thị giác của một font. Mặc dù ở một mức độ nào đó, font đã tách rời khỏi sự kế thừa từ calligraphy, nhưng sự phân bổ nhất quán các phần dày và mỏng của chữ cái vẫn thêm vào nét duyên dáng cũng như đặc trưng cho nhiều font. Một font điển hình có hướng nhấn nét rơi vào khoảng 60 đến 90 độ, ứng với đường baseline, như minh họa ở Hình 8-13.

Hình |8-13|

Hướng nhấn nét trung bình là từ 60 đến 90 độ, ứng với đường baseline.



Nét cuối

Cuối cùng, bạn phải xét đến bản chất nét cuối (terminal) của font; tức là, phần kết thúc của nét ký tự. Đôi lúc, nét cuối có serif; đôi khi lại không. Nếu là font Serif, thì phần serif có thể có phần đỡ (bracket) hoặc không. Bất kể bạn thiết kế font Serif hay Sans-serif, có thể sẽ có biến đổi nào đó về hình dạng cũng như kích cỡ của nét cuối tùy theo vị trí, và bạn cần quyết định về những biến đổi này trước tiên, nhằm đảm bảo tính nhất quán tổng thể cho cả font.

Đối với font Serif, bạn cần xác định hình dạng và kích cỡ của phần serif, nét barb (ngạnh) và nét beak (mỏ) trong cả chữ hoa lẫn chữ thường. Bạn cũng cần quyết định về độ dốc (slope) và chiều cao của các phần đỡ (bracket) liên kết phần serif với nét stem. Phần đỡ giúp chuyển tiếp gọn gàng từ nét stem sang phần serif, có thể ngắn hoặc dài, rộng hoặc hẹp, và có độ dốc ít hay nhiều, như minh họa ở Hình 8-14.



Hình 8-14

Các serif có phần đỡ.

Đối với mọi font, trong những tình huống thích hợp, bạn cần áp dụng hình dạng và kích thước nhất quán cho các nét cuối, bao gồm: Nét tail (đuôi), nét ear (tai), apex (đỉnh trên), vertex (đỉnh dưới) và nét swash (nét uốn lượn).

Thuật ngữ

dấu (diacritical mark/accent mark): chỉ một dấu, điểm, hoặc ký hiệu - chẳng hạn như dấu móc dưới (cedilla), dấu ngã (tilde), dấu mũ (circumflex), dấu gạch trên đầu (macron) - được thêm hoặc gắn vào chữ cái để chỉ cách phát âm.

đường gióng phụ trợ (overshoot guideline): một tập hợp các đường gióng được đặt vượt quá các đường gióng chuẩn, dùng cho các thiết kế letterform cần điều chỉnh quang học, nhằm "đền bù" cho ảo giác xuất hiện ở những chữ cái bo tròn và đỉnh nhọn khi chúng trông có vẻ nhỏ hơn những chữ cái khác ở cùng kích cỡ.

phần ascent (ascent): khu vực của một em vuông nằm bên trên đường baseline.

phần descent (descent): khu vực của một em vuông nằm bên dưới đường baseline.

CHỌN PHƯƠNG PHÁP RENDER

Cách bạn bắt đầu tạo ra thiết kế cho mình phụ thuộc vào việc bạn định quan sát và cảm nhận font đó ra sao, đồng thời phụ thuộc vào việc bạn dự tính người ta sẽ nhìn font đó như thế nào.

Nếu kiểu font của bạn dựa trên một kỹ thuật render thủ công giống như lối viết calligraphy, viết tay, dùng con dấu cao su (rubber stamping), cắt trổ trên dưỡng (stenciling), hoặc in từ khối chạm trổ (block printing), bạn sẽ muốn bắt đầu bằng cách tạo ra các phiên bản gốc ở phương tiện bạn chọn để scan (quét) và sử dụng như những bản vẽ mẫu định dạng kỹ thuật số. Khi render các ký tự gốc theo cách thủ công, đừng nên viết hay xuất mỗi lần một ký tự; hãy xuất mỗi ký tự thành nhiều lần, giúp bạn chọn được ví dụ tốt nhất cho từng ký tự để tạo ra bản mẫu riêng cho mình, như minh họa ở Hình 8-15. Bạn cũng nên render cùng lúc cả bộ ký tự của bản gốc, bởi nếu sau đó bắt buộc phải quay lại để tạo bản gốc cho những ký tự còn thiếu, bạn có thể điều chỉnh để đạt được tính nhất quán cho diện mạo và cảm nhận của font.

Hình |8-15|

Xuất mỗi ký tự thành nhiều lần.



Lắp ghép từ cấu kiện

Bảng chữ cái Latinh bao gồm một số lượng hình dạng hạn chế với các nét dọc, nét ngang, nét xiên và hình tròn. Một phương pháp thiết kế font là thiết kế các thành phần trước, sau đó tập hợp chúng lại theo nhiều cách khác nhau để tạo thành từng glyph. Kho lưu trữ các thành phần của bạn nên bao gồm từng thành phần ký tự như đã thảo luận ở Chương 2. Nếu chọn phương pháp này, bạn cần tạo ra một vài hoặc tất cả những thành phần sau, theo các đường gióng, sự tương phản, hướng nhấn nét và nét cuối mà bạn thiết lập.

- *Nét stem (stem)*: Độ rộng và hướng của các nét stem theo chiều dọc.
- *Nét hairline (hairline)*: Độ rộng và hướng của các nét hairline theo chiều dọc.
- *Thanh crossbar (crossbar)*: Độ dày, hướng cũng như chiều cao của các nét hairline ngang và xiên kết nối cả hai đầu. Cần nhớ rằng, để thấy thanh crossbar nằm giữa, bạn cần đặt thanh này bên trên hàng giữa một chút, và nhớ rằng đường nét ngang sẽ tạo ra ảo giác làm tăng độ rộng, do đó các ký tự với những nét ngang đậm phải được làm ngắn lại một chút, nhằm đảm bảo tính nhất quán trong ngôn ngữ thị giác.

- *Nét cross (cross stroke)*: Độ dày, hướng cũng như độ cao của các nét hairline ngang và xiên giao cắt với một nét stem.

  Nét arm: Độ dày, hướng cũng như độ dài của nét kéo dài theo chiều ngang hoặc hướng lên trên theo chiều xiên, xuất phát từ nét stem của chữ cái và kết thúc tự do.
- *Nét leg*: Độ rộng và hướng của các nét xiên kéo dài xuống phía dưới, xuất phát từ nét stem hướng đến đường baseline và kết thúc tự do.
- *Nét bowl*: Độ rộng cũng như độ dày của các nét bowl lớn và nhỏ.
- *Counter*: Hình dạng và độ rộng đối với phần counter của cả nét bowl lớn lẫn nhỏ.
- *Eye*: Hình dạng và độ rộng của phần counter khép kín trong chữ **e** thường.
- *Nét shoulder*: Độ dày và độ dốc của những khu vực mà tại đó, các nét cong gặp các nét thẳng.
- *Nét cuối*: Hình dạng của nét cuối không có phần serif.
- *Serif*: Hình dạng và kích cỡ của phần serif (nếu thích hợp).
- *Chấm (dot)*: Hình dạng và kích cỡ của các chấm đối với chữ **i** và **j**.

Một khi đã tạo ra được những thành phần này, bằng óc phán đoán và sự tự tin vào mắt nhìn của mình, bạn có thể tập hợp chúng lại, dựa theo các đường gióng.

Vẽ các glyph dạng outline

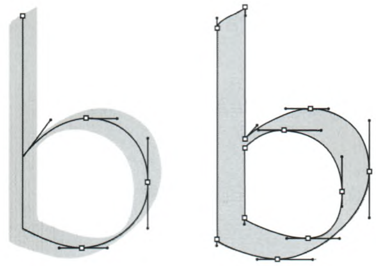
Đa số nhà thiết kế đều bắt đầu bằng việc phác thảo ý tưởng của mình, sau đó dùng máy tính vẽ lại chúng dưới dạng các glyph dạng outline. Một số người scan và đồ lại (trace) bản phác thảo của họ, số khác chỉ nhìn vào bản phác thảo trong lúc vẽ lại chúng trên máy tính. Một số nhà thiết kế thậm chí còn bắt đầu vẽ font outline ngay trên máy tính, dù cách tiếp cận này không được ủng hộ rộng rãi, vì đây là phương pháp có thể khiến bản thiết kế bị chi phối bởi những tính năng đơn giản nhất của máy tính.

Bạn có thể vẽ trực tiếp các glyph vào hầu hết phần mềm chỉnh sửa, nhưng đa số nhà thiết kế nhận thấy việc vẽ thiết kế của họ diễn ra dễ dàng hơn khi dùng một chương trình vẽ như Adobe Illustrator hoặc CorelDRAW, sau đó nhập glyph của họ vào một phần mềm chỉnh font (font editor) để tinh chỉnh. Đó là do những chương trình vẽ dựa trên vector (vector-based drawing program) cung cấp tính linh hoạt và khả năng kiểm soát cao hơn so với hầu hết các phần mềm chỉnh font khác. Một ý tưởng hay là kiểm tra các nét cong sau khi bạn nhập từng glyph vào phần mềm chỉnh font, bởi sự chuyển dịch qua lại giữa các phần mềm không phải lúc nào cũng hoàn hảo.

GHI CHÚ

Đây là một gợi ý hữu ích! Để chuyển đổi nét chữ thành hình dạng chữ, hãy sử dụng tính năng Outline Stroke (Nét dựng hình), nếu bạn dùng công cụ bút mực hay bút chì để vẽ glyph; hãy sử dụng tính năng Expand Appearance, nếu bạn vẽ glyph bằng một công cụ Brush.

Có hai chiến lược tốt tỏ rõ hiệu quả khi dùng máy tính vẽ các glyph dựa trên vector. Chiến lược đầu tiên, hãy bắt đầu bằng cách sử dụng công cụ tạo hình (shape tool) để tạo ra những hình dạng bạn muốn, sau đó thêm vào, loại trừ và điều khiển các điểm cũng như nét cong để "nhào nặn" hình dạng đó thành một glyph. Chiến lược thứ hai là dùng công cụ bút mực, bút chì hoặc bút lông để vẽ glyph dưới hình thức kết hợp các nét, sau đó gán giá trị cho các stroke weight bạn thích và chuyển đổi những nét



Hình |8-16|

Một glyph, được vẽ dưới hình thức kết hợp các nét, sau đó chuyển thành các hình dạng chữ.

đó thành hình dạng chữ, như minh họa ở Hình 8-16. Các hình dạng chữ khi đó có thể được hợp lại thành một glyph duy nhất (nếu cần) và bạn có thể loại bỏ hoặc điều chỉnh những khu vực vượt quá các đường gióng. Kỹ thuật này đem đến cho bạn một hình dạng cơ bản, sau đó bạn có thể chỉnh lại nó cho phù hợp với mục đích thiết kế của mình.

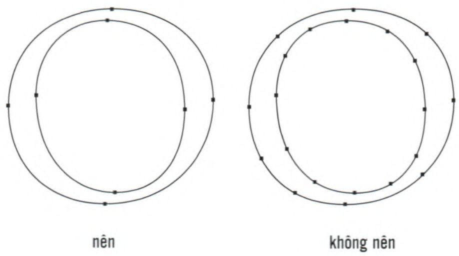
Vẽ bằng đường cong Bézier

Rất có thể các hình dạng ký tự của bạn sẽ yêu cầu bạn làm việc với **đường cong Bézier (Bézier curve)**, vốn là những hình dạng bo tròn xác định theo toán học được tạo ra bằng cách thiết đặt các điểm cuối (endpoint) - hoặc điểm neo (anchor point) - sau đó định dạng lại bằng cách di chuyển các điểm kiểm soát (control point) - hoặc handle (tay nắm điều hướng). Khi sử dụng đường cong Bézier để tạo glyph, có vài gợi ý quan trọng giúp bạn tạo được những glyph với đường cong mượt mà (smooth curve) và kích thước file nhỏ.

- Khi vẽ glyph, hãy sử dụng càng ít điểm càng tốt, như minh họa ở Hình 8-18.

Hình |8-17|

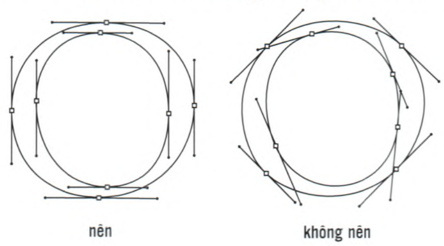
Khi vẽ các glyph, hãy sử dụng càng ít điểm càng tốt.



- Các handle không nên giao cắt nhau, như minh họa ở Hình 8-18.

Hình |8-18|

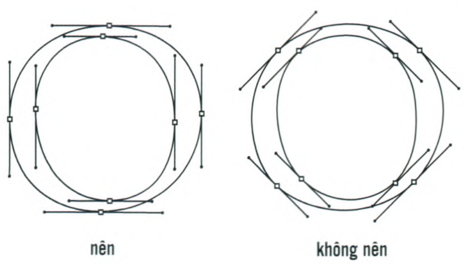
Các handle không nên giao cắt nhau.



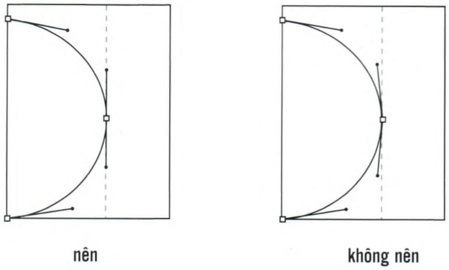
- Các điểm nên được đặt trực giao (song song với hai trục) để tạo ra những đường cong; tức là, chúng nên nằm ở điểm ngoài cùng của đường cong để các handle có thể kéo dài theo phương dọc hoặc phương ngang, như minh họa ở Hình 8-19.

Hình |8-19|

Các điểm nên được đặt trực giao.



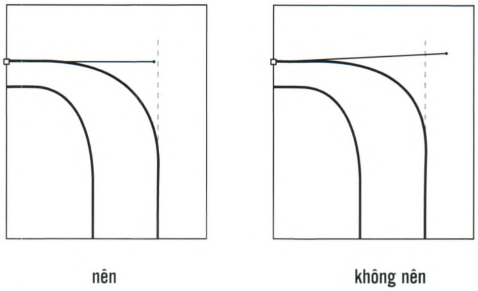
- Các handle của một điểm dọc theo một đường cong mượt nên giao cắt thẳng nhau ở góc 180 độ, như minh họa ở Hình 8-20.



Hình |8-20|

Các handle của một điểm dọc theo một đường cong mượt nên giao cắt thẳng nhau ở góc 180 độ.

- Ở một điểm mà tại đó, đường cong đi thẳng, handle nên chĩa thẳng ra theo cùng hướng với đường thẳng kia. Đừng để handle đó lệch ra khỏi điểm khởi đầu của đường cong, hoặc trông nó sẽ phồng lên, như minh họa ở Hình 8-21.



Hình |8-21|

Ở một điểm mà tại đó, đường cong đi thẳng, các handle nên chĩa thẳng ra theo cùng hướng với đường thẳng kia mà không lệch ra khỏi điểm khởi đầu của đường cong.

Thuật ngữ

đường cong Bézier (Bézier curve): các hình dạng bo tròn xác định theo toán học được tạo ra bằng cách thiết đặt các điểm cuối (endpoint) - hoặc điểm neo (anchor point) - sau đó định dạng lại bằng cách di chuyển các điểm kiểm soát (control point) - hoặc handle (tay nắm điều hướng).

Xây dựng font pixel

Nếu muốn tạo font để xem trên màn hình CRT hay LCD, ý tưởng hay là bạn nên tạo các thiết kế ký tự dựa trên ô lưới pixel (pixel grid), bởi vì ô lưới đại diện cho phần chi tiết nhất mà bạn có thể đạt được trên màn hình. Letterform được thiết kế dựa trên ô lưới pixel sẽ ít biến dạng hơn trên màn hình, và cũng dễ thích ứng với nhiều kích thước point khác nhau hơn. Một số nhà thiết kế font pixel (pixel font) thường bắt đầu trên giấy kẻ li), sau đó chuyển dịch thiết kế của họ lên màn hình. Một số nhà thiết kế lại bắt đầu ngay trên máy tính, mỗi lần chọn một pixel. Bạn có thể làm điều này với hầu hết chương trình vẽ và ảnh (photo and painting program), hoặc bạn có thể sử dụng phần mềm được phát triển riêng cho

việc thiết kế font pixel. Công cụ bút chì (pencil) ở hầu hết chương trình vẽ sẽ tô màu cho một pixel đơn; với mức phóng to (zoom) khoảng 800%, bạn có thể xem được pixel đó đủ rõ.

Phục dựng hoặc chỉnh sửa những font có sẵn

Đôi khi, nhà thiết kế chỉ phục dựng lại một typeface cũ có sẵn, hoặc chỉnh sửa lại một font kỹ thuật số đã có. Một mặt, đây là cách làm dễ dàng hơn, do các quyết định liên quan tới tỷ lệ và hình dạng đều đã được đưa ra từ trước. Tuy nhiên, cách làm này cũng có thể gặp chút khó khăn vì có liên quan tới những vấn đề về pháp lý và đạo đức.

Phục dựng một font có sẵn

Nếu muốn font của mình thật đúng với thiết kế gốc, trước tiên bạn cần tìm những mẫu in sáng rõ để làm việc với nó - mẫu càng lớn càng tốt. Hãy scan những mẫu này ở độ phân giải cao, ít nhất là 300 dpi, để có thể nắm bắt càng nhiều chi tiết càng tốt. Scan xong, bạn có thể đồ lại các glyph đó. Khi đồ lại, có thể bạn sẽ muốn giải quyết vết mực loang trong bản mẫu bằng cách bóp các letterform lại.

Bạn có thể quyết định dùng tính năng tự động đồ lại (autotrace feature), song cần nhớ rằng tính năng này có thể gán quá nhiều điểm cho hình dạng đó, và không thể đồ lại glyph một cách hoàn hảo. Nếu sử dụng tính năng tự động đồ lại, chắc chắn bạn sẽ cần quay lại và hoàn thiện kết quả bằng tay, bỏ đi những điểm thừa và sửa lại các khu vực bị vẽ sai.

Khi đồ lại các glyph gốc, bạn có thể loại bỏ các bản mẫu của mình và hoàn thiện những glyph đó. Bạn có thể muốn tái tạo một bản phục dựng (revival) thật chính xác cho font đó, hoặc tạo ra một tác phẩm phái sinh (derivative work) bằng cách thêm vào những chỉnh sửa của riêng bạn. Nếu làm vậy, hãy đảm bảo những thay đổi đó cho thấy được nỗ lực cải thiện nhất quán và có mục đích của bạn. Ngoài ra, nếu biết thông tin về nhà thiết kế typeface của phiên bản gốc, bạn nhất định phải nêu danh tính của họ.

Chỉnh sửa font kỹ thuật số

Phương án khả thi là bạn có thể nhập (import) một font kỹ thuật số vào phần mềm chỉnh font đã được số hóa, sau đó đồ lại các glyph. Tuy nhiên, trừ phi bạn định chỉnh sửa những glyph đó đủ để chúng được xem là phiên bản gốc có thể chấp nhận được, bằng không hãy cẩn trọng với kỹ thuật này vì các lý do pháp lý, nếu không muốn nói là đạo đức.

Các vấn đề về bản quyền và bằng sáng chế

Thiết kế typeface là một quá trình sáng tạo cần nhiều thời gian và hướng đến sự chi tiết. Các cơ quan lập pháp châu Âu đã công nhận điều này khi trao bản quyền (copyright) cho những thiết kế font gốc. Vì Tổng thống Clinton đã ký Hiệp ước Bản quyền (Copyright Treaty) của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (World Intellectual Property Organization - WIPO) năm 1998, nên người Mỹ cũng có quyền làm việc với những font thuộc sở hữu của các công ty thiết kế chữ châu Âu. Tuy nhiên, cơ quan lập pháp Mỹ lại có quan điểm khác về bản quyền của các thiết kế font trong nước.

Luật bản quyền (copyright law) Mỹ bảo hộ các tác giả có "quyền tác giả đối với tác phẩm gốc" ("original works of authorship"), cho họ những quyền riêng biệt để tái sản xuất, phân phối bản sao, trình diện trước công chúng và chuẩn bị các tác phẩm phái sinh từ tác phẩm có bản quyền. Mặc dù điều này bao gồm việc bảo hộ cho "các tác phẩm tranh, ảnh và điêu khắc", song thiết kế font (những hình dạng thực sự của các glyph) hiện vẫn chưa được cấp bản quyền tại Mỹ. Quốc hội Mỹ và các tòa án đã ủng hộ chính sách của Văn phòng Bản quyền Mỹ (United States Copyright Office) rằng "các biểu tượng hoặc thiết kế quen thuộc; những biến đổi thuần túy của trang trí bằng typography, [và] việc chế tác chữ..." đều không hợp lệ để cấp bản quyền. Tòa án đã quy định rằng: Vì nhắm tới mục đích thiết thực, nên các glyph dạng chữ và số (alphanumerical glyph) phải gắn chặt vào những kiểu dáng/hình dáng cơ bản tồn tại từ trước mà ai cũng nhận ra được, do đó chúng không thể bao hàm mức độ độc đáo cần thiết để đạt đủ tiêu chuẩn cho việc cấp bản quyền.

Tuy nhiên, các chương trình font *lại* hợp lệ để cấp bản quyền. Tên và phần mã hóa của chương trình máy tính hoặc file dùng để tạo các glyph có thể được cấp bản quyền, bởi nó tạo thành một "tác phẩm chữ nghĩa" ("literary work"), một hình thức biểu đạt vốn được luật bản quyền bảo hộ.

Ngoài ra, một tác phẩm gốc sẽ tự động có bản quyền. Bất kể tác giả có đăng ký với Văn phòng Bản quyền Mỹ hay không, tác phẩm gốc vẫn được luật pháp bảo hộ. Việc đăng ký như thế chỉ mang tính hình thức, với mục đích là tạo ra hồ sơ công cộng (public record) về các chi tiết của một bản quyền cụ thể, như tên tác giả và ngày đăng ký bản quyền.

Do vậy, về mặt pháp lý, việc đồ lại các glyph kỹ thuật số đã có sẵn với rất ít chỉnh sửa cho phần mã hóa, cũng như việc đặt lại tên cho font và bán font ra bên ngoài như một tác phẩm gốc, đều bị xem là sao chép bất hợp pháp (unlawful piracy).

Font cũng có thể được bảo hộ thông qua bằng sáng chế (patent). Bằng sáng chế cấp cho các nhà phát minh quyền ngăn chặn người khác khỏi các hoạt động tạo, sử dụng hoặc bán phát minh của họ. Bằng sáng chế thiết kế được Văn phòng Sáng chế và Trademark Mỹ (United States Patent and Trademark Office) ban hành theo thời hạn 14 năm. Luật pháp Mỹ tuyên bố: Bằng sáng chế thiết kế chỉ có thể được cấp cho "bất cứ ai phát minh ra bất kỳ thiết kế nào mới, nguyên gốc và có tính trang trí cho một loại hàng hóa". Điều này có nghĩa là để đạt chuẩn cấp bằng sáng chế thiết kế, một font phải đủ mới mẻ và là bản nguyên gốc.

Thật không dễ để có được bằng sáng chế cho một font; người ta phải cung cấp các bản vẽ chỉ rõ tính chất nguyên gốc của tác phẩm, cho biết tác phẩm nào được sáng tạo trước đó gây ảnh hưởng lên thiết kế này và trả phí. Ngoài ra, việc nộp đơn xin cấp bằng sáng chế phải được thực hiện trong vòng một năm kể từ lần sử dụng công cộng đầu tiên. Tuy nhiên, một khi đã được cấp, bằng sáng chế sẽ bảo hộ diện mạo thẩm mỹ của font, ngược lại với việc bảo hộ phần mã hóa kỹ thuật số của luật bản quyền.

CHIẾN LƯỢC THIẾT KẾ

Khi hoàn tất toàn bộ công tác chuẩn bị, bạn đã sẵn sàng để thực sự bắt tay vào việc thiết kế các glyph. Đây là một dự án lớn! Tự bản thân mỗi glyph riêng biệt đã là một tác phẩm nghệ thuật, và có ít nhất 26 glyph. Nên bắt đầu từ đâu đây?

Một cách hay là bắt đầu với những chữ cái hoa, sau đó tạo ra các dấu câu và những con số. Bằng cách này, bạn sẽ có một tập hợp ký tự chưa hoàn chỉnh nhưng có thể sử dụng được ngay khi đã sẵn sàng để bắt đầu tạo ra các letterform thường.

Một chiến lược thường thấy khi thiết kế font là bắt đầu với một vài chữ cái có cấu trúc được lặp lại xuyên suốt bảng chữ cái. Các chữ cái có thể được phân vào những nhóm có các nét sở hữu hình dạng giống nhau và độ rộng ký tự gần như tương đương. Thiết kế một chữ cái từ mỗi hệ sẽ giúp việc phát triển các chữ cái còn lại trong từng nhóm trở nên dễ dàng và nhanh chóng hơn. Khi các letterform được phát triển xuất phát từ nguồn gốc của nhau, không có nghĩa rằng những đặc điểm của chúng sẽ giống hệt nhau, các letterform này chỉ tương tự nhau mà thôi. Tạo một biểu đồ như trong Hình 8-22 có thể giúp bạn xác định mối quan hệ giữa các chữ cái.

Hình |8-22|

Biểu đồ phân loại các glyph theo những hình dạng và độ rộng dự tính.

	Độ rộng hẹp	Nằm giữa độ rộng hẹp và trung bình	Độ rộng trung bình	Nằm giữa độ rộng trung bình và lớn	Độ rộng lớn
Nét cong (curvilinear stroke)			S	C, G, O, Q	
Nét thẳng (rectilinear stroke)	I	E, F, L	H, T		
Nét tạo góc (angular stroke)		Y, Z	A, K, N, V, X		M, W
Kết hợp nét vuông góc/ bo tròn (rectangular/ rounded combination)	J	B, P	U	D, R	
Nét cong		s		a, c, e, g, o	
Nét thẳng	i, l				
Nét tạo góc			k, v, x, y, z		w
Kết hợp nét vuông góc/ bo tròn	f, j, r, t	h, n, u		b, d, p, q	m

Cách phân loại các chữ cái ở ví dụ này không phải là tuyệt đối - bạn nên phân bổ các chữ cái cho phù hợp nhất với thiết kế cụ thể của bạn. Cũng cần nhớ rằng, khi đã tạo dựng bất cứ letterform nào dựa trên letterform khác, bạn cần điều chỉnh letterform để đạt được độ cân bằng thị giác. Hãy đặc biệt chú ý tới các điểm đặc trưng của letterform - đây là những yếu tố cần thiết nhất giúp việc nhận diện diễn ra nhanh chóng và dễ dàng. Ngay từ đầu, thiết kế **I**, **H**, **O** và **V** sẽ làm tăng tốc độ quy trình thiết kế cho hầu như toàn bộ các chữ cái còn lại.

Quy trình kiểm tra rất quan trọng!

Thật khôn ngoan khi bắt đầu với **I**, rồi phát triển chữ **H** từ **I**, sau đó lập tức bắt đầu kiểm tra xem những chữ cái này trông ra sao khi đặt chúng trong mối liên hệ lẫn nhau. Bạn có thể thấy mình cần thực hiện chút điều chỉnh cho một hoặc tất cả những chữ cái đó trước khi tiếp tục. Một khi đã hài lòng với chữ **H**, tiếp theo bạn tạo chữ **O** bằng cách áp dụng cùng một quy trình kiểm tra, kế đến là chữ **V**.

Xây dựng dần một chuỗi chữ cái là cách làm thường thấy. Một chuỗi ký tự kiểm tra chuẩn để bắt đầu là **HAMBURGEFONTSIV** (và **hamburgefontsiv**). Chuỗi ký tự này bao gồm những chữ cái đại diện cho nhiều hình dạng và độ rộng khác nhau. Lợi thế khi làm việc với chuỗi chữ cái đại diện là bạn bắt đầu thấy được chức năng của chúng khi những chuỗi chữ cái đại diện này được đặt trong mối liên hệ với nhau. Bằng cách đó, bạn có thể xác định được vấn đề hoặc sai lầm mắc phải, đồng thời chỉnh sửa lại ngay từ đầu. Bạn cũng nên thử nhìn liếc chuỗi kiểm tra đó và quan sát chuỗi dưới dạng chữ được đảo ngược (chữ trắng trên nền đen). Như bạn có thể thấy ở Hình 8-23, các kỹ thuật này sẽ giúp bạn nhận biết những khu vực có vấn đề.



Hình |8-23|

Nhìn liếc hoặc quan sát chuỗi ký tự kiểm tra ở letterform đảo ngược (chữ trắng trên nền đen) để nhận biết lỗi.

GHI CHÚ

Bạn nên kiểm tra từng chữ cái mới bằng cách kết hợp với những chữ cái khác, đồng thời thực hiện những điều chỉnh cần thiết MỖI khi thêm một glyph mới vào bộ glyph của bạn!

Các glyph hoa với nét stem thẳng đứng

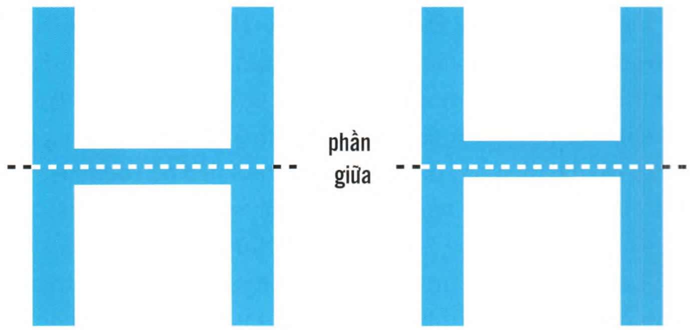
Toàn bộ các chữ cái có nét stem thẳng đứng (vertical stroke) đều dựa trên chữ **I**, nên đây chính là điểm xuất phát tốt. Chữ **I** hoa có thể đậm hơn một chút so với nét stem của các ký tự còn lại, để "đền bù" cho độ hẹp vốn có của nó. Việc thêm các nét cross vào phần ascent và descent của chữ cái **I** được dựa trên nỗ lực làm cho bảng chữ cái thích ứng với định dạng monospace. Tuy nhiên, về mặt chuyên môn, điều đó không đúng - đây là các serif, chứ không phải nét cross.

Từ **I**, bạn có thể tạo ra chữ **J**, **T** và **H**.

- Để tạo chữ **J**, hãy bắt đầu với **I** và thêm vào một nét tail.
- Để tạo chữ **T**, hãy thêm một nét cross vào **I**.
- Để tạo chữ **H**, hãy dùng hai chữ **I** hơi hẹp và một thanh crossbar. Để khiến cho mắt người thấy thanh crossbar nằm giữa, bạn cần đặt thanh này ở bên trên phần giữa một chút, như minh họa ở Hình 8-24, hoặc bạn có thể muốn đặt nó tại x-height. Vị trí đặt thanh crossbar như vậy cũng sẽ được áp dụng cho nhiều chữ cái khác sau này. Ngoài ra, hãy nhớ rằng lực đẩy ngang của chữ **H** sẽ khiến chữ cái này trông rộng hơn so với thực tế, do đó có thể cần thu hẹp chữ **H** lại một chút. Hiện tượng này cũng áp dụng cho mọi chữ cái có các nét ngang đậm, bao gồm **B**, **E**, **F**, **H**, **L**, **P**, **T**, **U** và **Z**.

Hình |8-24|

Ảo giác - để khiến cho mắt người thấy thanh crossbar nằm giữa, bạn cần đặt thanh này ở bên trên phần giữa một chút.



Từ **H**, bạn có thể tạo ra chữ **U**, **K** và **E**.

- Để tạo chữ **U** từ **H**, hãy bỏ thanh crossbar và nối kết phần descent của hai nét thẳng đứng bằng một nét bo tròn. Chữ **U** đôi khi hẹp hơn một chút so với chữ **H**.
- Để tạo chữ **K** từ **H**, hãy loại bỏ thanh crossbar và nét stem thẳng đứng ở bên phải. Sau đó, hãy để một nét arm và một nét leg nhô ra từ điểm xuất phát của thanh crossbar kia. Nét arm và nét leg của chữ **K** nhìn chung sẽ tạo nên một góc xấp xỉ 90 độ, thường giao nhau ở bên trên phần giữa một chút, giống như trường hợp thanh crossbar của chữ **H**. Nét leg đôi khi dài hơn nét arm và thường đậm hơn.
- Để tạo chữ **E**, hãy bỏ nét stem bên phải của chữ **H**. Sau đó, thêm hai nét arm vào phần trên và phần dưới của nét stem. Chỉnh lại thanh crossbar (nếu cần) để tạo thành nét arm giữa của chữ **E**, nét này thường ngắn nhất trong số ba nét arm. Nét arm dưới thường dài nhất trong số ba nét arm. Các nét ngang có vẻ đậm hơn những nét thẳng đứng có cùng độ rộng. Để chống lại ảo giác này, hãy thu hẹp các nét ngang đậm hơn đó lại một chút, cho tới khi trông thấy chúng phù hợp với những nét thẳng đứng, như minh họa ở Hình 8-25.



Hình |8-25|

Ảo giác - các nét ngang có vẻ đậm hơn những nét thẳng đứng có cùng độ rộng.

Từ **E**, bạn có thể tạo ra chữ **F**, **L** và **B**.

- Để tạo chữ **F**, hãy bỏ nét arm dưới của chữ **E**. Có thể bạn cần hạ thấp nét arm giữa xuống một chút để giảm đi phần bụng hở khá lớn bên dưới.
- Để tạo chữ **L**, hãy bỏ đi hai nét arm trên của chữ **E**.
- Để tạo chữ **B**, hãy nối kết các nét arm bằng những nét cong. Có thể bạn cần thu ngắn nét arm trên, vì nét bowl (cung tròn) bên trên thường nhỏ hơn nét bowl ở dưới.

Từ chữ **B**, bạn có thể tạo ra chữ **R** và **P**.

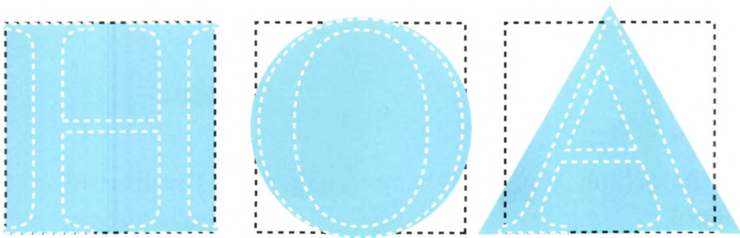
- Để tạo chữ **R**, hãy bỏ nét bowl bên dưới của chữ **B**, đồng thời kéo dài một nét leg từ bên dưới nét bowl còn lại. Nét leg này có thể kéo dài qua nét bowl đó, hoặc gióng với rìa ngoài cùng của nó. Nét leg có thể thẳng hoặc hơi cong. Ngoài ra, đôi khi nét bowl của chữ **R** lớn hơn nét bowl trên chữ **B**.
- Để tạo chữ **P**, hãy bỏ nét bowl dưới của chữ **B**. Nét bowl của chữ **P** thường lớn hơn nét bowl tương ứng của chữ **R** và chữ **B**, nên có thể bạn sẽ muốn tăng kích cỡ nét này lên.

Các glyph hoa với nét cong

Khi bạn đã sẵn sàng khởi động việc thiết kế các letterform cong (curved letterform), tốt hơn hết là hãy bắt đầu với chữ **O**. Đó là vì những chữ cái còn lại đều được dựa trên hình dáng/kiểu dáng của chữ **O**.

Một số ảo giác tác động lên cảm nhận của chúng ta về chữ **O**, do đó để đạt được tính nhất quán trong ngôn ngữ thị giác, bạn cần thực hiện một số điều chỉnh.

- Hình tròn trông nhỏ hơn hình vuông có cùng kích cỡ, do vậy cần phóng lớn chữ **O** một chút, làm cho letterform này hơi vượt quá đường baseline và cap height. Điều này cũng đúng đối với hình tam giác, như bạn có thể thấy từ Hình 8-26.



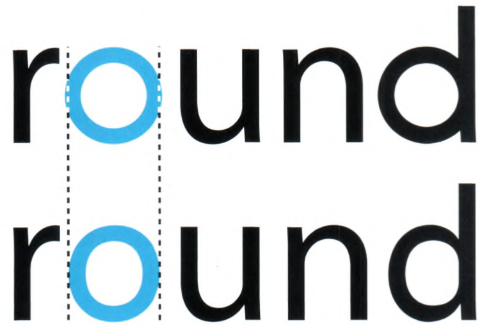
Hình |8-26|

Ảo giác - hình tròn và hình tam giác trông nhỏ hơn hình vuông có cùng kích cỡ.

- Hình tròn tuyệt đối trông rộng hơn so với hình tròn dạng cao là một ảo giác khác, như mô tả ở Hình 8-27. Nếu muốn chữ **O** trông có dạng tròn về mặt quang học, bạn cần thu hẹp chữ này lại một chút, như đã làm với chữ **H**.

Hình |8-27|

Ảo giác - hình tròn tuyệt đối trông như có bề ngang rộng hơn chiều cao, do đó bạn cần "bù lại" bằng cách thu hẹp chúng một chút.



- Do đường cong trông có vẻ mỏng hơn đường thẳng, nên bạn cần "bù lại" bằng cách làm cho các nét đậm của chữ **O** đậm hơn chút so với những nét thẳng đứng, như minh họa ở Hình 8-28.

Hình |8-28|

Hãy làm cho nét cong đậm hơn một chút so với những nét thẳng đứng, nhằm "bù lại" ảo giác khiến ta thấy nét cong có vẻ mỏng hơn nét thẳng ở cùng độ rộng.



- Để chống lại ảo giác thứ tư tác động lên chữ **O**, nét tròn phải luôn mỏng hơn một chút ở phần trên và phần dưới, như minh họa ở Hình 8-29. Điều này là để "bù lại" ảo giác khiến cho nét ngang có vẻ đậm hơn nét dọc ở cùng độ rộng. Nên thực hiện việc "bù đắp" này, ngay cả với một font mà nếu không làm như vậy thì không đạt được sự tương phản.

Hình |8-29|

Ảo giác - nét ngang có vẻ đậm hơn nét dọc ở cùng độ rộng.

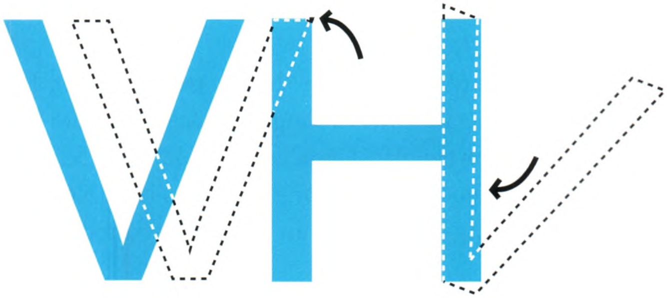


Từ **O**, bạn có thể tạo ra chữ **D**, **Q**, **C** và **G**.

- Để tạo ra chữ **D**, hãy sử dụng chữ **I** và nửa chữ **O**.
- Để tạo ra chữ **Q**, hãy thêm nét tail vào **O**.
- Để tạo ra chữ **C**, hãy chỉnh lại chữ **O**.
- Chữ **G** thực chất có thể được chỉnh lại từ chữ **C** bằng cách thêm vào thanh crossbar và một nét spur (cựa), khi cần.

Các glyph hoa với nét xiên

Các chữ cái hình tam giác có thể cần vượt quá các đường canh một chút, giống như những chữ cái dạng tròn vậy. Nét xiên (diagonal stroke) có thể trông rộng hơn so với nét thẳng đứng và thon dần về phía đáy của phần vertex (đỉnh dưới), nhằm đạt được tính nhất quán trong ngôn ngữ thị giác, như minh họa ở Hình 8-30. Thậm chí, những nét này còn có thể được khắc rãnh một chút ở điểm giao bên trong, để tránh tắc mực. Concept này áp dụng cho toàn bộ các điểm giao, tạo nên những counter khít. Hình 8-31 minh họa ví dụ cực đoan về một typeface được thiết kế cho ấn bản danh bạ điện thoại rẻ tiền, do đó văn bản in ở kích cỡ nhỏ trên loại giấy xốp (porous paper) trông rất rõ ràng.



Hình |8-30|

Ảo giác - nét xiên trông hẹp hơn nét thẳng đứng có cùng độ rộng, nhưng trông chúng lại rộng hơn tại các điểm giao.



Hình |8-31|

Matthew Carter thiết kế font Bell Centennial Bold (đậm) để tránh bị tắc mực khi in với kích cỡ nhỏ trên loại giấy rẻ tiền. *Ảnh do Công ty Thiết kế chữ Linotype, Linotype Library GmbH (www.linotype.com) cung cấp.*

Nhìn chung, có thể so sánh được chữ **V** với chữ **H** về độ rộng ký tự. Để tạo chữ **V**, hãy nối nét stem xiên dốc xuống với nét hairline xiên dốc lên, để góc nằm giữa hai nét này đạt xấp xỉ từ 38 đến 55 độ.

Từ **V**, bạn có thể tạo ra chữ **A**, **N**, **M**, **W**, **Y** và **Z**.

- Để tạo chữ **A**, hãy lật ngược chữ **V** và thêm thanh crossbar. Hãy cẩn thận để thanh crossbar đủ thấp để vùng bụng không bị khó thấy và không lấp đầy mực lúc in ra. Thanh crossbar của chữ **A** thường thấp hơn thanh crossbar trong chữ **H**.
- Để tạo chữ **N**, hãy xoay (rotate) chữ **V** ngược chiều kim đồng hồ một chút, thêm một nét hairline vào bên trái, đồng thời thực hiện điều chỉnh khi cần thiết. Lưu ý, nét xiên là nét stem của chữ **N**, còn các nét thẳng đứng chính là các nét hairline.

- Để tạo chữ **M**, hãy bắt đầu bằng cách đảo ngược hai chữ **V**, rồi đặt hai chữ này gần kề để chúng tiếp xúc nhau. Điều chỉnh góc của các nét ngoài, để chúng thẳng đứng hoặc chỉ hơi nghiêng. Điểm trung tâm thường (chứ không phải luôn) giao cắt với đường baseline. **M** thường là chữ có độ rộng lớn thứ hai trong bảng chữ cái.
- Để tạo chữ **W**, bạn có thể sắp gióng chữ **V** với nhau. Các nét bên trong của chữ **W** có thể cắt nhau hoặc có thể nối liền ở cap height. **W** thường là chữ có độ rộng lớn nhất trong bảng chữ cái.
- Chữ **Y** có thể được tạo ra bằng cách kết hợp phần dưới của chữ **I** với một chữ **V** được co lại.
- Để tạo chữ **Z**, hãy xoay nét stem của chữ **V** theo chiều kim đồng hồ, rồi kết hợp nó với các nét arm trên và dưới của chữ **E**.

Từ **Z**, bạn có thể tạo ra chữ **X**.

- Để tạo chữ **X**, hãy lật (flip) nét stem của chữ **Z** và thêm một nét giao cắt. Thường thì, phần trên của chữ **X** hẹp hơn một chút so với phần dưới, nét stem và nét hairline thường giao cắt một chút ở bên trên phần giữa, tương tự như với chữ **H**, vì lý do cân bằng thị giác. Cũng cần ghi nhớ rằng, khi hai đường xiên giao cắt nhau, một ảo giác có thể khiến một hoặc cả hai đường trông hơi lệch. Nếu chữ **X** của bạn rơi vào tình trạng như vậy, hãy thực hiện những điều chỉnh cần thiết để đạt được độ cân bằng thị giác, như minh họa ở Hình 8-32.

Hình |8-32|

Ảo giác - hai đường xiên giao cắt nhau đôi khi trông có vẻ lệch.



Chỉ còn lại **S**, một con chữ dị thường. Nét spine (sống chữ) của chữ **S** không chỉ độc nhất vô nhị trong số các chữ cái, mà còn được nhiều người xem là hình dạng khó hoàn thiện nhất. Một cách tiếp cận hữu ích là tạo một chỉ dẫn bằng cách xếp hai hình tròn theo khối dọc ở tỷ lệ bạn cần và phác theo đường cong để tạo ra nét spine này. Khi bạn xác định các tỷ lệ của chữ **S**, hãy nhớ rằng vị trí cân giác (optical center) của chữ **S** sẽ hơi nhô cao so với phần giữa thực tế, tương tự như những letterform trước.

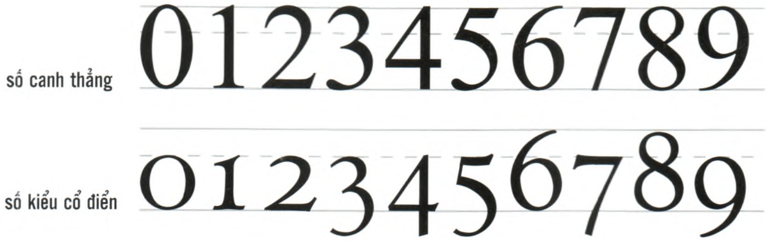
Các ký tự đặc biệt và bộ ký tự mở rộng

Bạn sẽ muốn xem xét việc bao gồm các ký tự đặc biệt vào trong bộ ký tự của mình. Những ký tự thường gặp bao gồm con số, dấu câu và ligature (cặp chữ cái nối với nhau thành một ký tự duy nhất), nhưng cũng có thể gồm có biểu tượng tiền tệ, ký tự toán học, phân số, ký tự dấu, chữ hoa đầu dòng, chữ hoa nhỏ và các ký tự swash (uốn lượn). Đôi khi, nhà thiết kế sẽ tạo ra một bộ ký tự mở rộng để chứa các ký tự ít dùng của một typeface.

Con số

Nếu font của bạn phải bao gồm các con số, bạn cần quyết định liệu mình sẽ tạo ra số canh thẳng, số kiểu cổ điển, hay cả hai. **Số canh thẳng (lining numeral)** về mặt quang học sẽ nằm trên

đường baseline và kéo dài đến cap height; mặt khác, **số kiểu cổ điển** (**old-style numeral**) bao gồm một vài ký tự (**3**, **4**, **5**, **7** và **9**) rơi xuống dưới đường baseline cho tới đường descender và chỉ kéo dài tới x-height. Hình 8-33 minh họa cả hai kiểu số này.



Hình |8-33|

Số canh thẳng và số kiểu cổ điển.

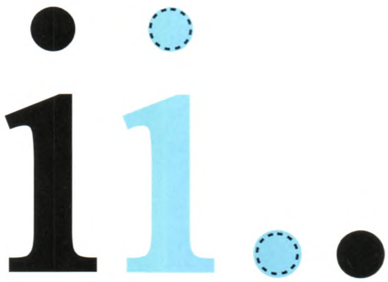
Bạn cũng cần ra quyết định về việc sử dụng stroke weight kiểu hoa hay thường cho các con số. Mặc dù việc sử dụng stroke weight kiểu thường là phổ biến nhất đối với số, nhưng có nhiều ví dụ minh họa lại làm theo stroke weight kiểu hoa thay vì kiểu thường.

Khi bạn chuẩn bị tạo số hoặc các biểu tượng toán học và tiền tệ, điều quan trọng là tất cả đều phải có cùng set-width. Điều này nhằm giúp cho các số và ký hiệu sắp thành hàng ổn thỏa trên bảng tính hoặc trong một phương trình. Dĩ nhiên, bản chất của số **1** là hẹp hơn những số còn lại, nhưng bạn có thể bổ sung không gian cho các bên của nó. Nhìn chung, set-width của ký tự số được dựa trên khổ chữ thường thay vì chữ hoa của font. Chiến lược này làm giảm bớt sự chênh lệch về set-width giữa số **1** và những số còn lại.

Dấu câu

Dấu chấm (period) và dấu phẩy (comma) có thể là những dấu câu được sử dụng thường xuyên nhất, nhiều dấu khác cũng dựa trên hình dạng của chúng. Các dấu câu được sử dụng ở giữa câu đặc biệt rất quan trọng đối với tiến trình đọc của độc giả, ở chỗ chúng rất khiêm tốn để không làm gián đoạn việc đọc. Những gợi ý liên quan đến dấu câu dưới đây có thể giúp bạn bắt đầu công việc và tránh một số lỗi thường gặp.

- Dấu chấm có thể có cùng kích cỡ với dấu chấm ở bên trên chữ **i** và **j**, hoặc lớn hơn một chút, như minh họa ở Hình 8-34.



Hình |8-34|

So sánh kích thước giữa dấu chấm sử dụng trong câu và dấu chấm của chữ i.

- Dấu phẩy nên trông giống dấu chấm, với nét tail kéo dài xuống bên dưới đường baseline (Hình 8-35).

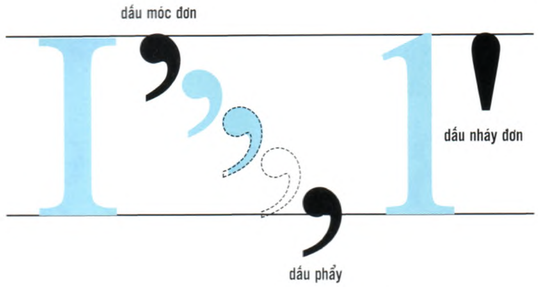


Hình |8-35|

Dấu chấm và dấu phẩy.

Hình |8-36|

Dấu móc đơn, dấu phẩy và dấu nháy đơn.

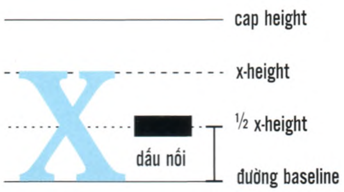


- Dấu móc đơn (apostrophe) nên trông giống dấu phẩy và gióng với cap height. Đôi khi, nét tail của dấu móc đơn ngắn hơn nét tail của dấu phẩy, như minh họa ở Hình 8-36. Đừng nhầm lẫm dấu nháy đơn (foot mark) với dấu móc đơn - đây là một lỗi thường gặp.
- Dấu trích dẫn (quotation mark) có thể được tạo ra bằng cách dùng hai dấu móc đơn đảo ngược cho phần mở và hai dấu móc đơn bình thường cho phần đóng, như minh họa ở Hình 8-37. Đừng nhầm lẫn dấu nháy kép (inch mark) với dấu trích dẫn.

Hình |8-37|

Dấu móc đơn, dấu trích dẫn và dấu nháy kép.





Hình |8-38|

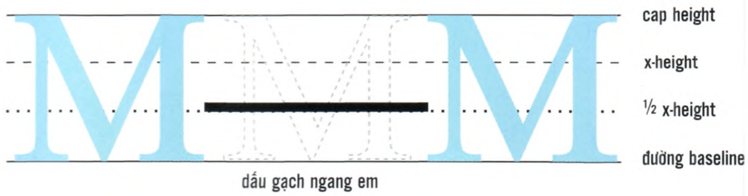
Vị trí đặt dấu nối xét theo phương dọc.

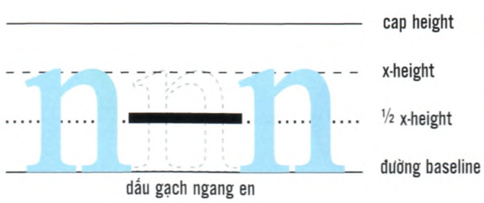
Dấu nối (hyphen) nhìn chung cao bằng nửa x-height (Hình 8-38).

- Dấu gạch ngang (dash) thường cao bằng dấu nối, hoặc cao hơn một chút. Có hai loại dấu gạch ngang: Dấu gạch ngang em, nhìn chung dài bằng set width của chữ **M** (Hình 8-39); và dấu gạch ngang en, nhìn chung dài bằng set width của chữ **n**, hoặc dài bằng nửa dấu gạch ngang em (Hình 8-40).

Hình |8-39|

Vị trí đặt và chiều dài của dấu gạch ngang em dựa trên mối tương quan với chữ **M**.





Hình |8-40|

Vị trí đặt và chiều dài của dấu gạch ngang en dựa trên mối tương quan với chữ **n**.

Ligature

Ligature (chữ ghép) là các cặp chữ được gắn với nhau tạo thành một ký tự duy nhất, như minh họa ở Hình 8-41. Thoạt đầu, ligature là cách để tiết kiệm không gian cho việc tốc ký. Về sau, máy in dùng loại chữ này để thay thế những cặp chữ không thể dùng kỹ thuật kerning để làm cho chúng sát lại gần nhau. Có vài trường hợp ligature có thể cải thiện được hình thức của chữ thời hiện đại, song nếu hai chữ kế tiếp không chạm nhau thì chúng không còn thiết yếu đối với tiếng Anh. (Tuy nhiên, ligature không bị lỗi thời - những ngôn ngữ khác, như tiếng Đức, vẫn còn dựa vào chúng). Ligature được sử dụng nhiều nhất là tổ hợp **fi** và **fl**, vốn là hai cặp chữ có nhiều khả năng đụng nhau nhất.

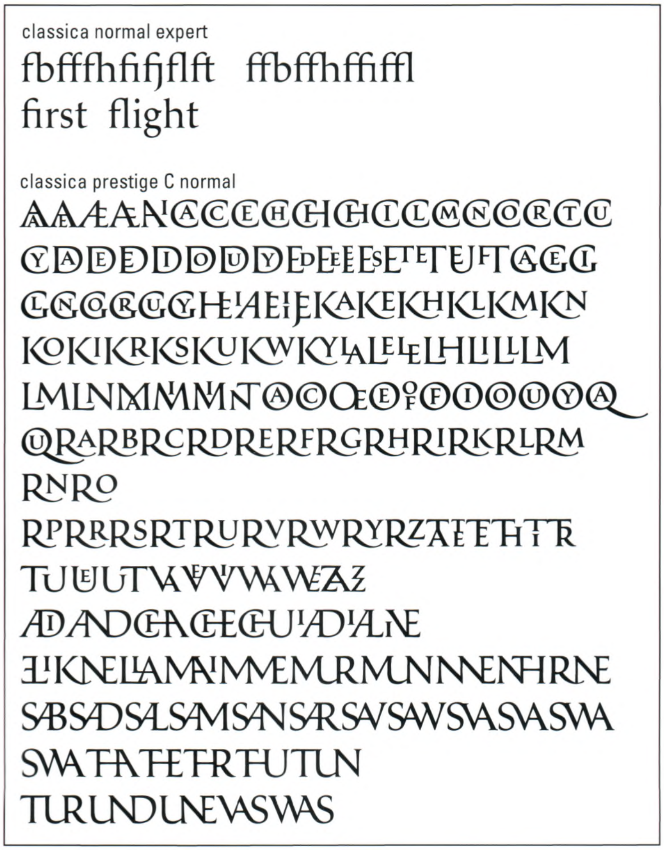
Dù vậy, ligature cũng có vấn đề của chính nó. Các chữ cái nối kết không phải là tiêu chuẩn của tiếng Anh, và có xu hướng kém rõ ràng hơn so với những chữ đứng một mình. Ngoài ra, ligature có thể gây ra những khó khăn về khoảng cách, vì các thành phần của chúng thể được áp dụng kỹ thuật kerning hay tracking trong mối liên hệ với nhau.

Tuy nhiên, ligature thường được bao gồm trong bộ ký tự, nhiều nhà thiết kế vẫn tiếp tục kết hợp các cặp chữ theo những cách mới mẻ và linh động, như minh họa ở Hình 8-42.



Hình |8-41|

Các ligature thường gặp, **fi** và **fl**, được thiết đặt trong typeface Classica Normal Expert, thiết kế của Thierry Puyfoulhoux thuộc Công ty Présence Type năm 1998/2001. *Ảnh do Công ty Présence Type* (www.presencetypo.com) *cung cấp.*



Hình |8-42|

Những phương án kết hợp ligature linh động được thiết đặt trong typeface Classica Prestige C, thiết kế của Thierry Puyfoulhoux thuộc Công ty Présence Type năm 2003. *Ảnh do Công ty Présence Type* (www.presencetypo.com) *cung cấp.*

Ký tự thường

Giống như với chữ cái hoa, chữ cái thường cũng có thể được phát triển từ một chữ cái thường khác.

- Từ **o**, bạn có thể tạo ra chữ **c** và **e**.
- Từ **h**, bạn có thể tạo ra chữ **l** và **n**.
    - Từ **l**, bạn có thể tạo ra chữ **i**, **j**, **f** và **t**.
    - Từ **n**, bạn có thể tạo ra chữ **u**, **m** và **r**.
- Từ **p**, bạn có thể tạo ra chữ **b**, **q** và **d**.
    - Từ **q**, bạn có thể tạo ra chữ **g**.
    - Từ **d**, bạn có thể tạo ra chữ **a**.
- Từ **v**, bạn có thể tạo ra chữ **y**, **w**, **z** và **x**.
    - Từ **x**, bạn có thể tạo ra chữ **k**.
- Ngoài ra, **s** là một con chữ dị thường; hãy co lại và chỉnh sửa chữ **S** hoa, nếu có thể.

Tương tự như với chữ hoa, nên kiểm tra mỗi glyph bằng cách đặt cạnh các ký tự khác trước khi tiếp tục thiết kế một glyph mới.

Khoảng cách

Khi gõ phím dấu cách (spacebar) trên bàn phím, hầu hết các font La Mã trung bình đều tiến tới một khoảng cách gần bằng với set width của chữ **i** thường. Đôi khi, font Sans-serif với khoảng cách lớn hơn một chút sẽ có set width gần hơn so với chữ **r** thường, như minh họa ở Hình 8-43. Khi tạo một font, độ rộng mặc định của dấu cách phải được chỉ rõ, cũng giống như với bất cứ ký tự thực sự nào.

Hình |8-43|

Độ rộng của dấu cách.



Kỹ thuật điều tiết

Một khi đã thiết kế xong các ký tự cho font của mình, bạn phải thêm tính năng điều tiết cho font đó, nhằm tối ưu hóa phần thể hiện của font theo nhiều kích thước point khác nhau. Như bạn đã tìm hiểu ở chương trước, tính năng điều tiết là những chỉ dẫn được nhà thiết kế mã hóa vào trong một font, nhằm giúp máy tính biết cách diễn giải tốt nhất các glyph ở những kích thước khác nhau. Để một font outline trông ổn trên màn hình ở nhiều kích thước khác nhau, bạn cần dùng đến kỹ thuật điều tiết. Hầu hết các chương trình chỉnh sửa font đều có chức năng tự động điều tiết (autohinting), giúp cho quy trình này diễn ra dễ dàng hơn nhiều

Tuy nhiên, có thể bạn sẽ không hài lòng với kết quả của việc tự động điều tiết và có thể cần thực hiện một số điều chỉnh bằng tay.

Sau khi định lại kích cỡ, font không chứa tính năng điều tiết có xu hướng rơi vào hai trình trạng: Độ rộng nét chữ thường biến dạng và thiếu nhất quán; các thành phần của chữ thường bị lệch đi. Để giải quyết các vấn đề này, bạn có thể thiết đặt hai loại tham số cho phần mềm chỉnh sửa font của mình.

- Vùng căn gióng (alignment zone) xác định khoảng không gian chấp nhận được cho vị trí các thành phần của chữ; những khu vực này có thể ngăn các thành phần của glyph không bị lệch đi, như minh họa ở Hình 8-44.

An inspired calligrapher can create pages of beauty using stick ink, buzz saw, or even strawberry jam.
An inspired calligrapher can create pages of beauty using stick ink, buzz saw, or even strawberry jam.
An inspired calligrapher can create pages of beauty using stick ink, buzz saw
An inspired calligrapher can create pages of beauty using stick ink, buzz saw

- Giá trị của nét stem xác định giá trị chấp nhận được cho độ dày của các nét và serif; những giá trị này có thể ngăn độ rộng nét chữ không bị biến dạng và trở nên thiếu nhất quán.

Hình |8-44|

Hình trên: Font với các vùng căn gióng được thiết lập không đúng.

Hình dưới: Font với các vùng căn gióng được thiết lập đúng.

Vì bạn muốn các tham số phải nhất quán suốt cả bộ ký tự, do đó tốt hơn hết là bạn nên hoãn kỹ thuật điều tiết lại cho đến khi kết thúc hoàn chỉnh việc thiết kế các glyph, rồi sau đó hãy làm tất cả chúng một lượt.

TẠO KHOẢNG CÁCH

Nhiều nhà thiết kế font sẽ chỉ cho bạn biết yếu tố quan trọng nhất khi xem xét chất lượng của một font chính là tạo khoảng cách (spacing). Mặc dù không mấy khó khăn, song để tạo được khoảng cách cho một font ở chất lượng cao tốn rất nhiều thời giờ. Đó là do việc tạo khoảng cách đúng chỉ có thể thực hiện bằng mắt. Chức năng tự động tạo khoảng cách cũng đáng tin như chức năng tự động đồ lại - nó có thể được dùng khi bắt đầu, nhưng không thể tạo ra những điều chỉnh thị giác hoàn hảo giống như khi bạn tự làm. Đừng vội vàng đưa ra quyết định về letterspacing. Tính rõ ràng của font tùy thuộc vào letterspacing, do đó nên xử lý bước này thật thận trọng và kiên nhẫn. Khi bạn tạo khoảng cách cho font của mình, hãy lưu ý nhịp điệu của các vùng không gian âm. Kích thước tương đối của các letterspace (khoảng cách chữ) và phần counter nên tạo ra được nhịp điệu thị giác lưu chuyển nhất quán, như minh họa ở Hình 8-45.

Thuật ngữ

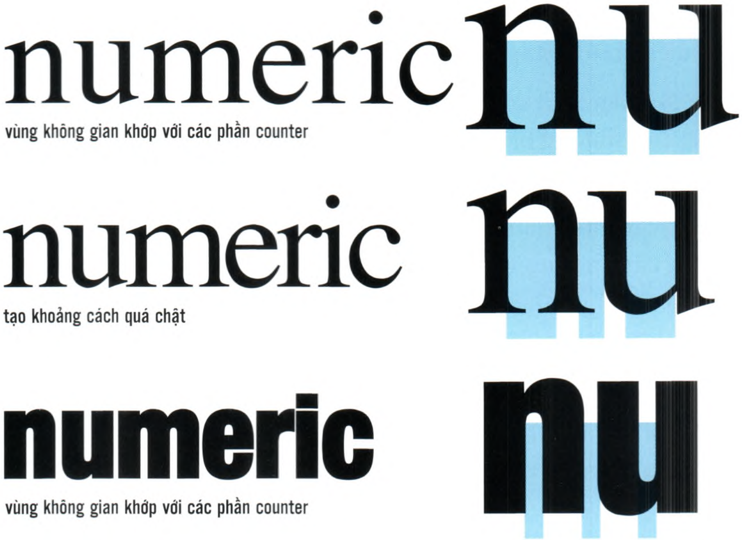
ligature (chữ ghép): một cặp chữ được gắn với nhau để tạo thành một ký tự duy nhất.

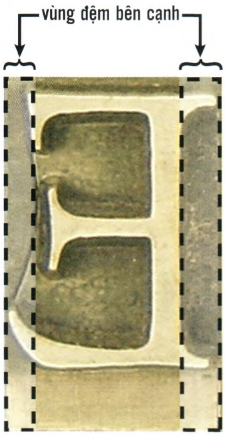
số canh thẳng (lining numeral): các ký tự số nằm trên đường baseline và kéo dài tới cap height, xét về mặt quang học.

số kiểu cổ điển (old-style numeral): các ký tự số bao gồm một vài ký tự (3, 4, 5, 7 và 9) rơi xuống dưới đường baseline cho tới đường descender và chỉ kéo dài tới x-height.

Hình |8-45|

Không gian âm bên trong và giữa các chữ cái nên đạt được độ nhất quán tương đối.





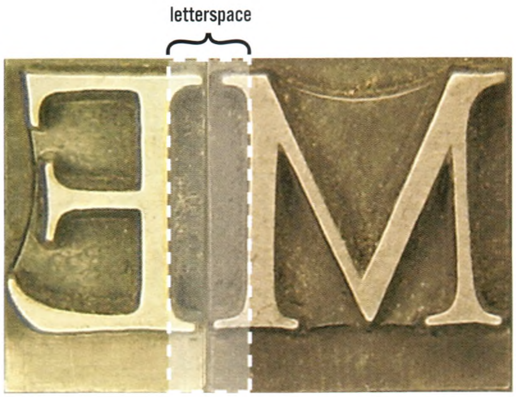
Hình |8-46|

Vùng đệm bên cạnh. *Ảnh do Elizabeth Nevin thuộc Nhà xuất bản Briar cung cấp.*

Vùng đệm bên cạnh

Ở Hình 8-46, bạn thấy một khuôn chữ nổi bằng chì (lead letterpress sort). Khuôn này hình chữ nhật nên có thể được sắp với các khuôn khác thành những vật đo lường. Letterform không chiếm hết tổng bề rộng của khuôn - một số không gian được chừa lại ở hai bên, với mục đích khi dùng khuôn để tạo chữ, chữ đó sẽ không chạm vào những chữ kế cận. Các khoảng cách ở bên trái và bên phải của mỗi letterform được gọi là **vùng đệm bên cạnh (sidebearing)**.

Khi đặt hai khuôn chữ cạnh nhau, sự kết hợp của hai vùng đệm kề cận sẽ tạo thành một letterspace, như minh họa ở Hình 8-47. Letterspace cần phải nhất quán, nhưng vì sự biến đổi của các hình dạng glyph mà chúng cần *thiếu nhất quán*, nhằm tạo ra ảo giác về tính nhất quán. Điều này có nghĩa rằng, vùng đệm bên cạnh của mỗi glyph phải khác nhau, tùy theo hình dạng đặc biệt của chữ đó.



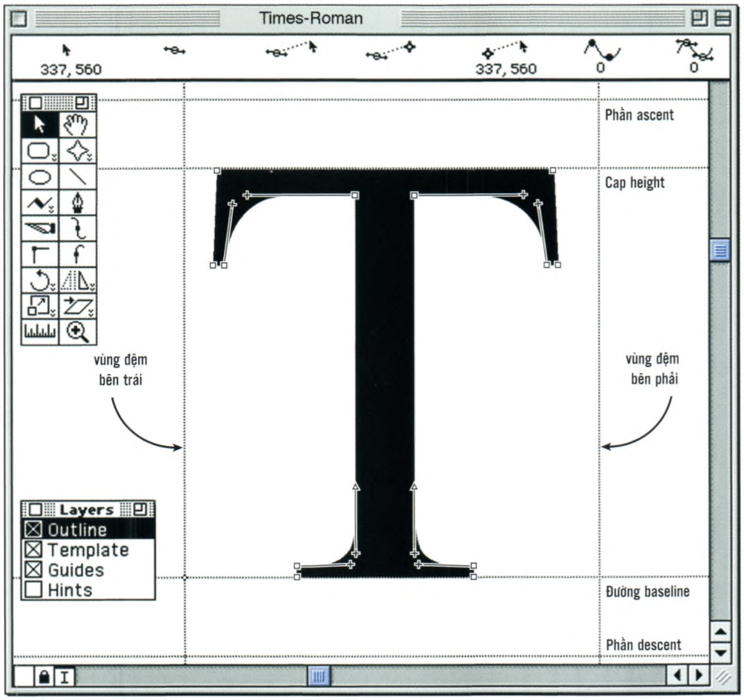
Hình |8-47|

Letterspace. *Ảnh do Elizabeth Nevin thuộc Nhà xuất bản Briar cung cấp.*

GHI CHÚ

Nếu hai chữ cái phải đụng nhau, như trong một số font Script, vùng đệm bên cạnh sẽ có giá trị bằng 0.

Chúng ta dùng mô hình tương tự đối với các font kỹ thuật số, mặc dù cho ra kết quả kém rõ ràng hơn. Thay vì tồn tại ở mặt vật chất trên một khuôn chữ dạng chữ nhật, các font kỹ thuật số tồn tại dưới dạng ảo trong một hộp chữ nhật giống với chiếc hộp trong Character Edit Window (Cửa sổ chỉnh sửa ký tự) của phần mềm Fontographer, như minh họa ở Hình 8-48. Lúc này, bạn đã xác định chiều cao tối đa của hộp - chiều cao của một em vuông. Giờ là thời điểm cần xét đến bề rộng của hộp, hoặc set width. Đây là khoảng không gian mà trỏ chuột sẽ tiến lên khi bạn gõ chữ cái trên bàn phím. Khoảng không gian này khác nhau tùy theo chữ cái, bởi vì tất cả các độ rộng và hình dạng của glyph đều khác nhau. Set width tối đa sẽ là sự kết hợp giữa độ rộng của chữ cái đó với vùng đệm ở hai bên trái và phải.

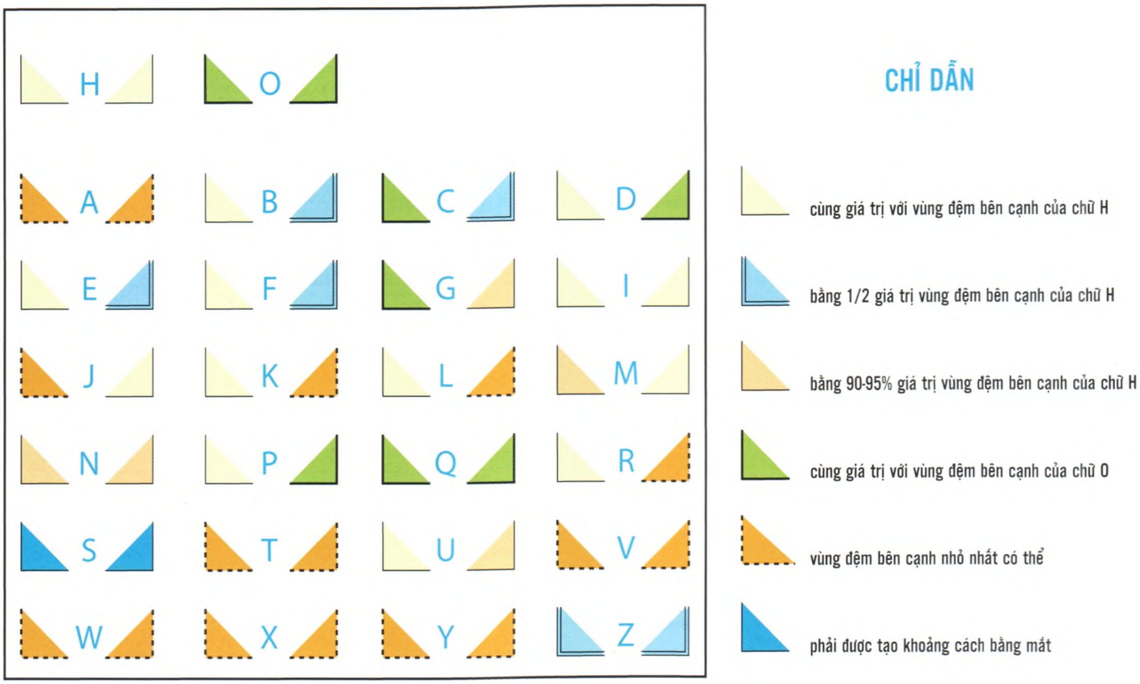


Hình |8-48|

Cửa sổ chỉnh sửa ký tự (Character Edit Window) từ phần mềm chỉnh font Fontographer.

Vùng đệm bên cạnh của chữ hoa

Mặc dù bạn cần dựa vào mắt nhìn và khả năng phán đoán tốt của bản thân để xác định các giá trị của vùng đệm bên cạnh (sidebearing), song có một số thủ thuật có thể giúp bạn bắt đầu. Bằng cách sử dụng một biểu đồ như trong Hình 8-49, bạn có thể ước đoán giá trị của vùng đệm bên cạnh cho hầu hết các chữ hoa, mà chỉ cần dựa trên một vài chữ cái. Cách tiếp cận thường gặp là hãy bắt đầu bằng việc xác định khoảng cách cho hai chữ **H** và **O**. Một khi đã thiết lập xong các chữ này, bạn có thể điền vào đa phần trong biểu đồ. Hãy nhớ rằng, việc đo lường vùng đệm bên cạnh của bạn bắt đầu và kết thúc với những nét ngoài cùng của glyph, ngược lại với các serif.

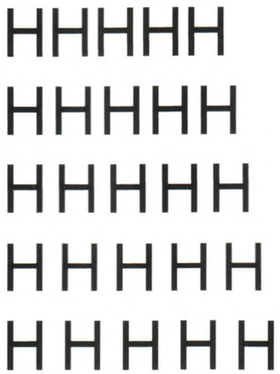


Hình |8-49|

Biểu đồ mẫu để ước đoán các giá trị vùng đệm bên cạnh cho chữ hoa.

Để đo lường một vùng đệm bên cạnh của chữ **H**, bạn phải tiến hành thử nghiệm.

1. In 5 hàng chữ **H**, với giá trị letterspacing khác nhau theo từng hàng, từ rất hẹp cho đến rất rộng, như minh họa ở Hình 8-50.

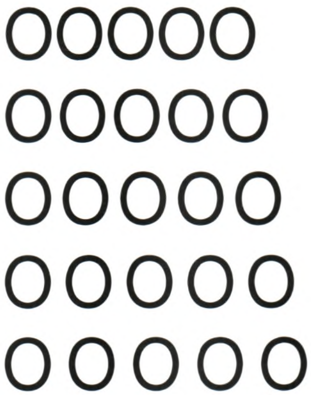


Hình |8-50|

Tìm ra cách đo lường một vùng đệm bên cạnh của chữ **H**.

2. Chọn 2 hàng kế cận tốt nhất, rồi tạo 3 hàng mới với các giá trị letterspace nằm giữa.
3. Lặp lại Bước 2 cho tới khi bạn cảm thấy hài lòng.
4. Chia vùng không gian giữa hai chữ **H** ra làm đôi. Kết quả thu được là giá trị ban đầu cho mỗi vùng đệm bên cạnh của chữ **H**.

Tiếp theo, hãy thiết lập thông số đo lường cho một vùng đệm bên cạnh của chữ **O**. Bạn phải thử nghiệm lần nữa. Lặp lại cùng một quy trình bạn đã dùng để xác định giá trị một vùng đệm bên cạnh của chữ **H**, lần này chỉ sử dụng chữ **O**, như minh họa ở Hình 8-51.



Hình |8-51|

Tìm ra cách đo lường một vùng đệm bên cạnh của chữ **O**.

Khi đã chọn được các giá trị cho một vùng đệm bên cạnh của chữ **H** và **O**, hãy thử đặt chúng gần nhau.

1. In chuỗi chữ cái này: **HOHOHHOOHH**.
2. Xem xét cẩn thận việc tạo khoảng cách. Có thể bạn phải điều chỉnh vùng đệm bên cạnh của một hoặc cả hai chữ để trông chúng thật tự nhiên khi nằm cạnh nhau và khi được lặp lại. Hãy nhớ, letterspace cần phải nhất quán về mặt quang học. Điều này có nghĩa là về mặt toán học, bạn muốn một khu vực không gian âm nhất quán giữa các chữ cái, thay vì khoảng cách nhất quán giữa các chữ cái. Hãy thử hình dung bạn đang lấp đầy các letterspace bằng những ô nhỏ, đang tạo khoảng cách cho các chữ cái sao cho mỗi letterspace có cùng một lượng ô nhỏ đó, như minh họa ở Hình 8-52.



Hình |8-52|

Duy trì một khu vực không gian âm nhất quán giữa các chữ cái.

3. Lặp lại Bước 1 và Bước 2 cho tới khi bạn cảm thấy hài lòng.

Giờ là lúc để ghi chú các giá trị của **H** và **O** trong biểu đồ của bạn. Bạn có thể áp dụng các giá trị vùng đệm bên cạnh của **H** và **O** cho những chữ cái có cùng hình dạng.

- Giá trị vùng đệm bên cạnh của chữ **H** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên trái của các chữ **B**, **D**, **E**, **F**, **K**, **L**, **P**, **R** và **U**; cho vùng đệm bên phải của hai chữ **J** và **M** (lưu ý, vùng đệm bên trái của chữ **M** sẽ khác); cho vùng đệm cả hai bên của chữ **I**.
- Giá trị vùng đệm bên cạnh của chữ **O** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên trái của chữ **C** và **G**; cho vùng đệm bên phải của chữ **D** và **P**; cho vùng đệm cả hai bên của chữ **Q**.

- Nửa giá trị vùng đệm bên cạnh của chữ **H** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên phải của chữ **B**, **C**, **E** và **F**; cho vùng đệm cả hai bên của chữ **Z**.
- 90 đến 95% giá trị vùng đệm bên cạnh của chữ **H** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên trái của chữ **M**; cho vùng đệm bên phải của chữ **G** và **U**; cho vùng đệm cả hai bên của chữ **N**.
- Giá trị hẹp nhất có thể của vùng đệm bên cạnh cần được áp dụng cho vùng đệm bên trái của chữ **J**; cho vùng đệm bên phải của chữ **K**, **L** và **R**; cho vùng đệm cả hai bên của các chữ **A**, **T**, **V**, **W**, **X** và **Y**.

Chỉ còn lại chữ **S**, với độ cách khoảng dị thường giống như thiết kế của chính nó. Để xác định vùng đệm bên cạnh của chữ **S**, hãy đặt chữ này nằm giữa **H** và **O** (với **S**, **H** và **O** kề nhau).

1. In 5 lần chuỗi chữ cái **OHHSOSSHOO**, như minh họa ở Hình 8-53. Hãy sử dụng các giá trị vùng đệm bên cạnh định trước dành cho chữ **H** và **O**, nhưng thay đổi vùng đệm bên cạnh của chữ **S** tùy theo hàng, từ hẹp đến rộng.

Hình |8-53|

Tìm ra cách đo lường vùng đệm bên cạnh cho chữ **S**.

OHHSOSSHOO

OHHSOSSHOO

OHHSOSSHOO

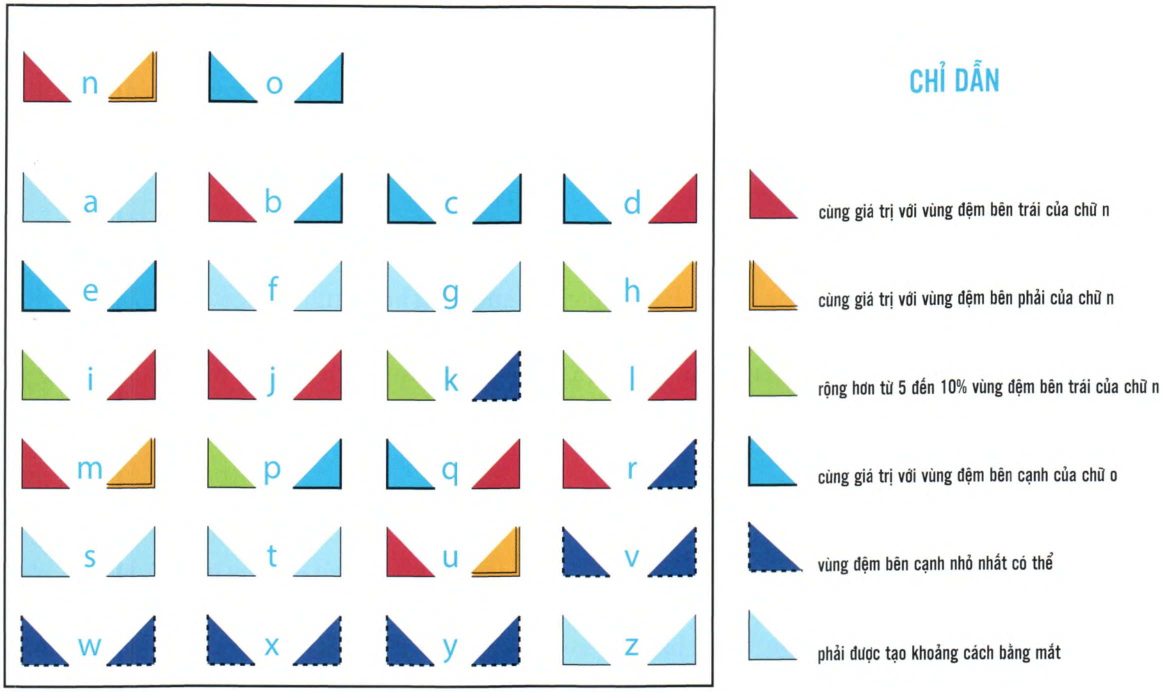
OHHSOSSHOO

OHHSOSSHOO

2. Chọn 2 hàng cận kề tốt nhất và tạo 3 hàng mới với giá trị letterspace ở giữa.
3. Lặp lại Bước 2 cho tới khi bạn cảm thấy hài lòng.

Vùng đệm bên cạnh cho chữ cái thường

Có thể sử dụng một quy trình tương tự để suy ra giá trị vùng đệm bên cạnh dành cho chữ cái thường. Cũng như khi bạn lấy giá trị vùng đệm bên cạnh cho chữ cái hoa dựa vào hai chữ **H** và **O**, bạn sẽ lấy giá trị vùng đệm bên cạnh cho chữ cái thường dựa vào hai chữ **n** và **o**. Xin lưu ý rằng, vì **n** không hoàn toàn đối xứng, nên các giá trị vùng đệm bên trái và bên phải của chữ này sẽ khác nhau một chút. Một biểu đồ điều chỉnh như trong Hình 8-54 có thể giúp bạn ước đoán giá trị vùng đệm bên cạnh cho hầu hết chữ cái thường.



Hình |8-54|

Biểu đồ mẫu ước lượng giá trị vùng đệm bên cạnh của chữ thường.

- Giá trị vùng đệm bên trái của chữ **n** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên trái của chữ **r**, **b** và **j**; giá trị vùng đệm bên phải của chữ **n** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên phải của chữ **h**; vùng đệm cả hai bên của chữ **m** và **u** sẽ khớp với vùng đệm cả hai bên của chữ **n**.
- Giá trị vùng đệm bên trái của chữ **n** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên phải của các chữ **d**, **i**, **j**, **l** và **q**.
- Giá trị vùng đệm bên trái của các chữ **h**, **i**, **k**, **l** và **p** nên rộng hơn từ khoảng 5 đến 10% vùng đệm bên trái của chữ **n**.
- Giá trị vùng đệm bên cạnh của chữ **o** có thể được áp dụng cho vùng đệm bên trái của chữ **d** và **q**; cho vùng đệm bên phải của chữ **b** và **p**; cho vùng đệm cả hai bên của chữ **c** và **e** (hoặc vùng đệm bên phải của hai chữ **c** và **e** có thể nhỏ hơn một chút).
- Nên áp dụng giá trị vùng đệm bên cạnh nhỏ nhất có thể cho vùng đệm bên phải của chữ **k** và **r**, cũng như cho vùng đệm cả hai bên của các chữ **v**, **w**, **x** và **y**.

Tương tự chữ **S** hoa, chữ **s** thường phải được tạo khoảng cách bằng mắt. Cũng như vậy, vùng đệm cả hai bên của các chữ **a**, **f**, **g**, **t** và **z** sẽ được tạo khoảng cách trực quan. Đối với mỗi chữ này, để xác định vùng đệm bên cạnh, hãy đặt chúng kề nhau giữa hai chữ **n** và **o**. Ví dụ:

1. In 5 lần chuỗi chữ **nsossn**, với những khoảng cách khác nhau, như bạn đã làm khi tạo khoảng cách cho chữ **S** hoa. Sử dụng các giá trị vùng đệm bên cạnh định trước cho chữ **n** và **o**, nhưng biến đổi vùng đệm bên cạnh của chữ **s** tùy theo hàng, từ hẹp đến rộng.
2. Chọn 2 hàng cận kề tốt nhất và tạo 3 hàng mới với giá trị letterspace ở giữa.
3. Lặp lại Bước 2 cho tới khi bạn cảm thấy hài lòng.
4. Lặp lại Bước 1, 2 và 3 với **naoaan**, **nfoffn**, **ngoggn**, **ntottn** và **nzozzn**.

Một khi đã gán những giá trị ban đầu cho vùng đệm bên cạnh của các chữ cái, bạn phải xem xét cả bộ ký tự, từng glyph một, nhằm thực hiện điều chỉnh cần thiết để hoàn thiện các giá trị vùng đệm bên cạnh. Kiểm tra từng glyph bằng cách kết hợp với hai chữ **H**, **O** và với chính glyph đó. Chẳng hạn, đối với chữ **A**, bạn sẽ dùng chuỗi chữ như **HAAHAOAAO**. Bạn có thể điều chỉnh vùng đệm bên cạnh của mỗi chữ cái, nếu cần.

Sử dụng cách so sánh tương đồng trước đó khi lấp đầy các letterspace với số lượng vừa đủ các ô nhỏ tưởng tượng, mục tiêu cuối cùng của bạn sẽ là lấp cùng số lượng ô nhỏ đó vào các letterspace nằm giữa mọi tổ hợp chữ. Không may là không phải lúc nào bạn cũng làm được điều này, bởi một số cặp chữ cái có dạng mở sẽ tạo ra những khu vực không gian âm lớn bất thường giữa chúng. Song, bạn hãy cố gắng hết sức để tạo letterspacing càng nhất quán về mặt quang học càng tốt. Sau đó, bạn có thể áp dụng kỹ thuật kerning cho những cặp chữ có vấn đề, nhưng trước tiên phải tối ưu hóa letterspacing của font bằng cách chọn các giá trị vùng đệm bên cạnh thích hợp cho từng glyph. Cuối cùng, nếu chất lượng của letterspacing trong một font càng tốt thì xét về lâu dài, xác suất cần dùng đến kỹ thuật kerning của các cặp chữ càng ít hơn.

Kỹ thuật kerning

Một khi đã hoàn toàn hài lòng với letterspacing do mình tạo ra, đó cũng là thời điểm để bạn bắt đầu tiến hành kerning. Kỹ thuật kerning rất cần thiết, bởi cho dù đạt được giá trị tối ưu cho vùng đệm bên cạnh, một số cặp chữ trông vẫn khó coi. Nên nhớ, mục tiêu của kerning là làm cho cặp chữ trông tự nhiên, chứ không nhất thiết phải giảm thiểu letterspace.

Khi áp dụng kerning cho một cặp chữ bằng chương trình chỉnh sửa font, bạn sẽ yêu cầu máy tính giả định rằng một cặp chữ cụ thể nào đó có các giá trị vùng đệm bên cạnh biến đổi khi chúng đứng cạnh nhau theo thứ tự được chỉ định. Thông tin này được mã hóa trong font, để khi người dùng áp dụng font của bạn vào văn bản nội dung, kết cấu/cấu trúc bề mặt tổng thể trông sẽ mượt hơn. Chẳng hạn, chữ **T** và **o** có những giá trị cụ thể cho vùng đệm bên cạnh, nhưng khi người dùng gõ **To**, vùng đệm bên phải của chữ **T** và vùng đệm bên trái của chữ **o** sẽ được tự động giảm xuống, nhằm cải thiện độ cân bằng thị giác theo thông tin kerning được mã hóa của cặp chữ này. Bạn có thể áp dụng chức năng tự động kerning trong chương trình chỉnh sửa font; tuy nhiên, cũng như những tính năng tự động khác, tự động kerning không hoàn toàn đáng tin cậy. Một lần nữa, bạn cần tin vào mắt mình.

Các chương trình chỉnh sửa font cho phép nhà thiết kế tạo ra hàng ngàn cặp kerning, và các font thường có từ 100 đến 1.500 cặp kerning; 100 thường hơi thấp, còn 1.500 thì hơi nhiều. Một số nhà thiết kế chọn cách áp dụng kerning cho toàn bộ các cặp chữ trong font của họ, nhưng đa số thấy rằng cần phải áp dụng kerning cho từ 300 đến 800 cặp chữ, nhằm giúp việc tạo letterspacing cho font trông nhất quán về mặt quang học.

Ở các biểu đồ trong Hình 8-55a, 8-55b và 8-55c, những cặp chữ được áp dụng kerning thường xuyên nhất được viết rõ hơn và nổi bật hơn. Các biểu đồ này có thể đóng vai trò hướng dẫn, giúp bạn quyết định cách đưa ra thứ tự ưu tiên cho quá trình kerning của mình. Tuy nhiên, quyết định cuối cùng về việc nên áp dụng kerning cho cặp chữ nào tùy thuộc ở bạn, dựa trên diện mạo thực sự của cặp chữ đó khi đặt trong font của bạn.

Các cặp kerning của chữ hoa

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	.	,	;	:	’
A	AA	AB	**AC**	AD	AE	AF	**AG**	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	**AO**	AP	**AQ**	AR	AS	**AT**	**AU**	**AV**	**AW**	AX	**AY**	AZ	A.	A,	A;	A:	**A’**
B	**BA**	BB	BC	BD	**BE**	BF	BG	BH	BI	BJ	BK	**BL**	BM	BN	BO	**BP**	BQ	**BR**	BS	BT	**BU**	**BV**	**BW**	BX	**BY**	BZ	**B.**	**B,**	B;	B:	B’
C	**CA**	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	**CO**	CP	CQ	**CR**	CS	**CT**	CU	**CV**	**CW**	CX	**CY**	CZ	**C.**	**C,**	C;	C:	C’
D	**DA**	DB	DC	**DD**	**DE**	DF	DG	DH	**DI**	**DJ**	DK	**DL**	**DM**	**DN**	**DO**	**DP**	DQ	**DR**	DS	DT	**DU**	**DV**	**DW**	DX	**DY**	DZ	**D.**	**D,**	D;	D:	D’
E	EA	EB	**EC**	ED	EE	EF	EG	EH	EI	EJ	EK	EL	EM	EN	**EO**	EP	EQ	ER	ES	ET	EU	EV	EW	EX	EY	EZ	E.	E,	E;	E:	E’
F	**FA**	FB	**FC**	FD	FE	FF	**FG**	FH	FI	**FJ**	FK	FL	FM	FN	**FO**	FP	FQ	FR	FS	FT	FU	FV	FW	FX	FY	FZ	**F.**	**F,**	**F;**	**F:**	F’
G	GA	GB	GC	GD	**GE**	GF	GG	GH	GI	GJ	GK	GL	GM	GN	**GO**	GP	GQ	**GR**	GS	GT	**GU**	GV	GW	GX	**GY**	GZ	G.	G,	G;	G:	G’
H	HA	HB	HC	HD	HE	HF	HG	HH	HI	HJ	HK	HL	HM	HN	HO	HP	HQ	HR	HS	HT	HU	HV	HW	HX	HY	HZ	H.	H,	H;	H:	H’
I	IA	IB	IC	ID	IE	IF	**IG**	IH	II	IJ	IK	IL	IM	IN	**IO**	IP	IQ	IR	IS	IT	IU	IV	IW	IX	IY	IZ	I.	I,	I;	I:	I’
J	**JA**	JB	JC	JD	JE	JF	JG	JH	JI	JJ	JK	JL	JM	JN	**JO**	JP	JQ	JR	JS	JT	JU	JV	JW	JX	JY	JZ	**J.**	**J,**	J;	J:	J’
K	KA	KB	KC	KD	KE	KF	KG	KH	KI	KJ	KK	KL	KM	KN	**KO**	KP	KQ	KR	KS	KT	KU	KV	KW	KX	KY	KZ	K.	K,	K;	K:	K’
L	LA	LB	**LC**	LD	LE	LF	**LG**	LH	LI	LJ	LK	LL	LM	LN	**LO**	LP	LQ	LR	LS	**LT**	**LU**	**LV**	**LW**	LX	**LY**	LZ	L.	L,	L;	L:	**L’**
M	MA	MB	**MC**	MD	ME	MF	**MG**	MH	MI	MJ	MK	ML	MM	MN	**MO**	MP	MQ	MR	MS	MT	MU	MV	MW	MX	MY	MZ	M.	M,	M;	M:	M’
N	NA	NB	**NC**	ND	NE	NF	**NG**	NH	NI	NJ	NK	NL	NM	NN	**NO**	NP	NQ	NR	NS	NT	NU	NV	NW	NX	NY	NZ	**N.**	**N,**	N;	N:	N’
O	**OA**	**OB**	OC	**OD**	**OE**	**OF**	OG	OH	**OI**	OJ	**OK**	**OL**	**OM**	**ON**	OO	**OP**	OQ	OR	OS	**OT**	**OU**	**OV**	**OW**	**OX**	**OY**	OZ	**O.**	**O,**	O;	O:	O’
P	**PA**	PB	PC	PD	**PE**	PF	PG	PH	PI	PJ	PK	**PL**	PM	PN	**PO**	**PP**	PQ	PR	PS	**PT**	**PU**	**PV**	**PW**	PX	**PY**	PZ	**P.**	**P,**	**P;**	**P:**	P’
Q	QA	QB	QC	QD	QE	QF	QG	QH	QI	QJ	QK	QL	QM	QN	QO	QP	QQ	QR	QS	QT	**QU**	QV	QW	QX	QY	QZ	Q.	Q,	Q;	Q:	Q’
R	RA	RB	**RC**	RD	RE	RF	**RG**	RH	RI	RJ	RK	RL	RM	RN	RO	RP	RQ	RR	RS	**RT**	**RU**	**RV**	**RW**	RX	**RY**	RZ	R.	R,	R;	R:	R’
S	SA	SB	SC	SD	SE	SF	SG	SH	SI	SJ	SK	SL	**SM**	SN	SO	SP	SQ	SR	**SS**	**ST**	**SU**	**SV**	**SW**	SX	**SY**	SZ	**S.**	**S,**	S;	S:	S’
T	**TA**	TB	**TC**	TD	TE	TF	**TG**	TH	TI	TJ	TK	TL	TM	TN	**TO**	TP	TQ	TR	TS	TT	TU	TV	TW	TX	TY	TZ	**T.**	**T,**	T;	T:	T’
U	**UA**	UB	**UC**	UD	UE	UF	**UG**	UH	UI	UJ	UK	UL	UM	UN	**UO**	UP	UQ	UR	**US**	UT	UU	UV	UW	UX	UY	UZ	**U.**	**U,**	U;	U:	U’
V	**VA**	VB	**VC**	VD	VE	VF	**VG**	VH	VI	VJ	VK	VL	VM	VN	**VO**	VP	VQ	VR	**VS**	VT	VU	VV	VW	VX	VY	VZ	**V.**	**V,**	**V;**	**V:**	V’
W	**WA**	WB	**WC**	WD	WE	WF	**WG**	WH	WI	WJ	WK	WL	WM	WN	**WO**	WP	WQ	WR	WS	WT	WU	WV	WW	WX	WY	WZ	**W.**	**W,**	**W;**	**W:**	W’
X	XA	XB	XC	XD	XE	XF	XG	XH	XI	XJ	XK	XL	XM	XN	**XO**	XP	XQ	XR	XS	XT	XU	XV	XW	XX	XY	XZ	X.	X,	X;	X:	X’
Y	**YA**	YB	**YC**	YD	YE	YF	**YG**	YH	YI	YJ	YK	YL	YM	YN	**YO**	YP	YQ	YR	**YS**	YT	YU	YV	YW	YX	YY	YZ	**Y.**	**Y,**	**Y;**	**Y:**	Y’
Z	ZA	ZB	ZC	ZD	ZE	ZF	ZG	ZH	ZI	ZJ	ZK	ZL	ZM	ZN	**ZO**	ZP	ZQ	ZR	ZS	ZT	ZU	ZV	ZW	ZX	ZY	ZZ	Z.	Z,	Z;	Z:	Z’

Hình |8-55a|

Các cặp ký tự hoa được áp dụng kỹ thuật kerning thường xuyên nhất.

Một số chương trình chỉnh sửa font cũng cho phép nhà thiết kế tạo ra các lớp kerning (kerning class), tại đó giá trị kerning của một cặp chữ đã chọn trước đó có thể được gán cho một nhóm các cặp chữ có hình dạng tương tự. Ví dụ, khi dùng chức năng này, nhà thiết kế có thể tự động gán giá trị của cặp kerning **yo** cho cặp kerning khác như **yc**, **yd** và **ye**. Các lớp kerning có thể giúp tiết kiệm nhiều thời gian, song cũng như tự động kerning, bạn nên sử dụng tính năng này một cách cẩn trọng, chú ý quan sát và kiểm tra nhiều lần.

Các cặp kerning của chữ hoa/chữ thường

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
A	Aa	Ab	**Ac**	**Ad**	**Ae**	Af	**Ag**	Ah	Ai	Aj	Ak	Al	Am	An	**Ao**	**Ap**	**Aq**	Ar	**As**	**At**	**Au**	**Av**	**Aw**	Ax	**Ay**	Az
B	Ba	Bb	Bc	Bd	Be	Bf	Bg	Bh	**Bi**	Bj	**Bk**	**Bl**	Bm	Bn	Bo	Bp	Bq	**Br**	Bs	Bt	**Bu**	Bv	Bw	Bx	**By**	Bz
C	**Ca**	Cb	Cc	Cd	Ce	Cf	Cg	Ch	Ci	Cj	Ck	Cl	Cm	Cn	Co	Cp	Cq	**Cr**	Cs	Ct	Cu	Cv	Cw	Cx	Cy	Cz
D	**Da**	Db	Dc	Dd	De	Df	Dg	Dh	Di	Dj	Dk	Dl	Dm	Dn	Do	Dp	Dq	Dr	Ds	Dt	Du	Dv	Dw	Dx	Dy	Dz
E	Ea	Eb	Ec	Ed	Ee	Ef	Eg	Eh	Ei	Ej	Ek	El	Em	En	Eo	Ep	Eq	Er	Es	Et	**Eu**	**Ev**	Ew	Ex	Ey	Ez
F	**Fa**	Fb	**Fc**	Fd	**Fe**	**Ff**	Fg	Fh	**Fi**	Fj	Fk	Fl	Fm	Fn	**Fo**	Fp	Fq	**Fr**	**Fs**	**Ft**	**Fu**	Fv	Fw	Fx	**Fy**	Fz
G	Ga	Gb	Gc	Gd	Ge	Gf	Gg	Gh	Gi	Gj	Gk	Gl	Gm	Gn	Go	Gp	Gq	Gr	Gs	Gt	**Gu**	Gv	Gw	Gx	Gy	Gz
H	Ha	Hb	Hc	Hd	**He**	Hf	Hg	Hh	Hi	Hj	Hk	Hl	Hm	Hn	**Ho**	Hp	Hq	Hr	Hs	Ht	**Hu**	Hv	Hw	Hx	**Hy**	Hz
I	Ia	Ib	**Ic**	**Id**	Ie	If	Ig	Ih	Ii	Ij	Ik	Il	Im	In	**Io**	Ip	**Iq**	Ir	Is	**It**	Iu	Iv	Iw	Ix	Iy	Iz
J	**Ja**	Jb	Jc	Jd	**Je**	Jf	Jg	Jh	Ji	Jj	Jk	Jl	Jm	Jn	**Jo**	Jp	Jq	Jr	Js	Jt	**Ju**	Jv	Jw	Jx	Jy	Jz
K	**Ka**	Kb	Kc	Kd	**Ke**	Kf	Kg	Kh	Ki	Kj	Kk	Kl	Km	Kn	**Ko**	Kp	Kq	Kr	Ks	Kt	**Ku**	Kv	Kw	Kx	**Ky**	Kz
L	La	Lb	Lc	Ld	Le	Lf	Lg	Lh	Li	Lj	Lk	Ll	Lm	Ln	Lo	lL	lL	Lr	Ls	Lt	**Lu**	**Lv**	**Lw**	Lx	**Ly**	Lz
M	**Ma**	Mb	**Mc**	**Md**	**Me**	Mf	Mg	Mh	Mi	Mj	Mk	Ml	Mm	Mn	**Mo**	Mp	Mq	Mr	Ms	Mt	**Mu**	Mv	Mw	Mx	My	Mz
N	**Na**	Nb	Nc	Nd	**Ne**	Nf	Ng	Nh	**Ni**	Nj	Nk	Nl	Nm	Nn	**No**	Np	Nq	Nr	Ns	Nt	**Nu**	Nv	Nw	Nx	Ny	Nz
O	**Oa**	**Ob**	Oc	Od	Oe	Of	Og	**Oh**	Oi	Oj	**Ok**	**Ol**	Om	On	Oo	Op	Oq	**Or**	Os	Ot	Ou	Ov	Ow	Ox	Oy	Oz
P	**Pa**	Pb	**Pc**	**Pd**	**Pe**	Pf	Pg	Ph	Pi	Pj	Pk	Pl	Pm	Pn	**Po**	Pp	Pq	Pr	**Ps**	Pt	Pu	Pv	Pw	Px	Py	Pz
Q	Qa	Qb	Qc	Qd	Qe	Qf	Qg	Qh	Qi	Qj	Qk	Ql	Qm	Qn	Qo	Qp	Qq	Qr	Qs	Qt	Qu	Qv	Qw	Qx	Qy	Qz
R	**Ra**	Rb	**Rc**	**Rd**	**Re**	Rf	Rg	Rh	Ri	Rj	Rk	Rl	Rm	Rn	**Ro**	Rp	Rq	Rr	Rs	**Rt**	**Ru**	Rv	Rw	Rx	Ry	Rz
S	Sa	Sb	Sc	Sd	Se	Sf	Sg	Sh	**Si**	Sj	Sk	Sl	Sm	Sn	So	**Sp**	Sq	Sr	Ss	St	**Su**	**Sv**	**Sw**	Sx	Sy	Sz
T	**Ta**	Tb	**Tc**	Td	**Te**	Tf	Tg	Th	**Ti**	Tj	Tk	Tl	Tm	Tn	**To**	Tp	Tq	**Tr**	**Ts**	Tt	**Tu**	Tv	**Tw**	Tx	**Ty**	Tz
U	**Ua**	Ub	Uc	Ud	Ue	Uf	**Ug**	Uh	Ui	Uj	Uk	Ul	**Um**	**Un**	**Uo**	**Up**	Uq	Ur	**Us**	Ut	Uu	Uv	Uw	Ux	Uy	Uz
V	**Va**	Vb	Vc	Vd	**Ve**	Vf	Vg	Vh	**Vi**	Vj	Vk	Vl	**Vm**	**Vn**	**Vo**	**Vp**	Vq	**Vr**	**Vs**	Vt	**Vu**	Vv	Vw	Vx	**Vy**	Vz
W	**Wa**	Wb	Wc	**Wd**	**We**	Wf	Wg	Wh	**Wi**	Wj	Wk	Wl	**Wm**	Wn	**Wo**	Wp	Wq	**Wr**	Ws	**Wt**	**Wu**	Wv	Ww	Wx	**Wy**	Wz
X	**Xa**	Xb	Xc	Xd	**Xe**	Xf	Xg	Xh	**Xi**	Xj	Xk	Xl	Xm	Xn	**Xo**	Xp	Xq	Xr	Xs	Xt	**Xu**	Xv	Xw	Xx	Xy	Xz
Y	**Ya**	Yb	Yc	**Yd**	**Ye**	Yf	Yg	Yh	**Yi**	Yj	Yk	Yl	Ym	Yn	**Yo**	**Yp**	Yq	**Yr**	Ys	Yt	**Yu**	**Yv**	Yw	Yx	Yy	Yz
Z	Za	Zb	Zc	Zd	Ze	Zf	Zg	Zh	Zi	Zj	Zk	Zl	Zm	Zn	Zo	Zp	Zq	Zr	Zs	Zt	Zu	Zv	Zw	Zx	Zy	Zz

Hình |8-55b|

Các cặp ký tự hoa/thường được áp dụng kỹ thuật kerning thường xuyên nhất.

Trong suốt quá trình kerning, bạn cần kiểm tra kỹ các cặp chữ của mình. Do mọi người thường đọc chữ theo hình dạng của từ trong đoạn văn bản, nên đây là vị trí tốt nhất để kiểm tra letterspacing. Hãy tạo một phiên bản ban đầu cho font, đồng thời thiết đặt nhiều kích cỡ khác nhau cho các khối văn bản có thực (hoặc không có nghĩa). Bạn cũng cần đảm bảo đã bao gồm cả những từ có các cặp chữ gặp vấn đề điển hình. In các khối văn bản, sau đó nghiên cứu kỹ những văn bản này để tìm xem

Các cặp kerning của chữ thường

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z	.	,	;	:	’
a	aa	ab	**ac**	**ad**	**ae**	**af**	**ag**	ah	ai	aj	ak	al	am	an	ao	**ap**	aq	ar	as	**at**	**au**	**av**	**aw**	ax	**ay**	az	a.	a,	a;	a:	a’
b	ba	bb	bc	bd	be	bf	bg	bh	bi	bj	bk	**bl**	bm	bn	bo	bp	bq	br	bs	bt	**bu**	bv	bw	bx	**by**	bz	**b.**	**b,**	b;	b:	b’
c	**ca**	cb	cc	cd	ce	cf	cg	**ch**	ci	cj	**ck**	cl	cm	cn	co	cp	cq	cr	cs	ct	cu	cv	cw	cx	cy	cz	c.	c,	c;	c:	c’
d	**da**	db	**dc**	dd	**de**	df	**dg**	dh	di	dj	dk	dl	dm	dn	**do**	dp	dq	dr	ds	**dt**	**du**	**dv**	**dw**	dx	**dy**	dz	**d.**	**d,**	d;	d:	d’
e	**ea**	eb	ec	ed	ee	ef	eg	eh	**ei**	ej	ek	**el**	**em**	**en**	eo	**ep**	eq	**er**	es	**et**	**eu**	**ev**	**ew**	ex	**ey**	ez	**e.**	**e,**	e;	e:	e’
f	**fa**	fb	fc	fd	**fe**	**ff**	fg	fh	**fi**	fj	fk	**fl**	fm	fn	**fo**	fp	fq	fr	fs	ft	fu	fv	fw	fx	fy	fz	**f.**	**f,**	f;	f:	f’
g	**ga**	gb	gc	gd	**ge**	gf	**gg**	**gh**	gi	gj	gk	**gl**	gm	gn	**go**	gp	gq	gr	gs	gt	gu	gv	gw	gx	gy	gz	**g.**	**g,**	g;	g:	g’
h	ha	hb	**hc**	**hd**	**he**	hf	**hg**	hh	hi	hj	hk	hl	hm	hn	**ho**	**hp**	hq	hr	hs	**ht**	**hu**	**hv**	**hw**	hx	**hy**	hz	h.	h,	h;	h:	h’
i	ia	ib	**ic**	**id**	**ie**	if	**ig**	ih	ii	ij	ik	il	im	in	**io**	**ip**	iq	ir	is	**it**	**iu**	**iv**	iw	ix	iy	iz	i.	i,	i;	i:	i’
j	**ja**	jb	jc	jd	**je**	jf	jg	jh	ji	jj	jk	jl	jm	jn	**jo**	jp	jq	jr	js	jt	**ju**	jv	jw	jx	jy	jz	**j.**	**j,**	j;	j:	j’
k	**ka**	kb	**kc**	**kd**	**ke**	kf	**kg**	kh	ki	kj	kk	kl	km	kn	**ko**	kp	kq	kr	ks	kt	ku	kv	kw	kx	ky	kz	k.	k,	k;	k:	k’
l	**la**	lb	**lc**	**ld**	**le**	**lf**	**lg**	lh	li	lj	lk	ll	lm	ln	**lo**	**lp**	**lq**	lr	ls	lt	**lu**	lv	lw	lx	ly	lz	l.	l,	l;	l:	l’
m	**ma**	mb	**mc**	**md**	**me**	mf	**mg**	mh	mi	mj	mk	ml	mm	**mn**	**mo**	**mp**	mq	mr	ms	**mt**	**mu**	**mv**	mw	mx	my	mz	m.	m,	m;	m:	m’
n	na	nb	**nc**	**nd**	**ne**	nf	**ng**	nh	ni	nj	nk	nl	nm	nn	**no**	**np**	nq	nr	ns	**nt**	**nu**	**nv**	nw	nx	ny	nz	n.	n,	n;	n:	n’
o	oa	**ob**	oc	od	oe	**of**	og	**oh**	oi	**oj**	**ok**	**ol**	**om**	**on**	oo	**op**	oq	**or**	os	ot	**ou**	**ov**	**ow**	**ox**	**oy**	oz	**o.**	**o,**	o;	o:	o’
p	**pa**	pb	pc	pd	pe	pf	pg	**ph**	**pi**	pj	pk	**pl**	pm	pn	po	**pp**	pq	pr	ps	pt	**pu**	pv	pw	px	py	pz	**p.**	**p,**	p;	p:	p’
q	qa	qb	qc	qd	qe	qf	qg	qh	qi	qj	qk	ql	qm	qn	qo	qp	qq	qr	qs	qt	**qu**	qv	qw	qx	qy	qz	**q.**	q,	q;	q:	q’
r	**ra**	rb	rc	**rd**	**re**	rf	**rg**	rh	ri	rj	**rk**	**rl**	**rm**	**rn**	**ro**	rp	**rq**	**rr**	rs	**rt**	ru	**rv**	rw	rx	**ry**	rz	**r.**	**r,**	r;	r:	r’
s	sa	sb	sc	sd	se	sf	sg	**sh**	si	sj	sk	sl	sm	sn	so	sp	sq	sr	ss	st	su	sv	sw	sx	sy	sz	**s.**	**s,**	s;	s:	s’
t	**ta**	tb	tc	**td**	**te**	tf	tg	th	ti	tj	tk	tl	tm	tn	**to**	tp	tq	tr	ts	tt	tu	tv	tw	tx	ty	tz	**t.**	**t,**	t;	t:	t’
u	**ua**	ub	**uc**	**ud**	**ue**	uf	**ug**	uh	ui	uj	uk	ul	um	un	**uo**	up	uq	ur	us	**ut**	uu	**uv**	uw	ux	**uy**	uz	u.	u,	u;	u:	u’
v	**va**	**vb**	**vc**	**vd**	**ve**	vf	**vg**	vh	vi	vj	vk	vl	vm	vn	**vo**	vp	vq	vr	vs	vt	vu	**vv**	vw	vx	**vy**	vz	v.	v,	v;	v:	v’
w	**wa**	wb	**wc**	**wd**	**we**	wf	**wg**	**wh**	wi	wj	wk	wl	wm	wn	**wo**	wp	wq	wr	ws	wt	wu	wv	ww	wx	wy	wz	**w.**	**w,**	w;	w:	w’
x	**xa**	xb	xc	xd	**xe**	xf	xg	xh	xi	xj	xk	xl	xm	xn	**xo**	xp	xq	xr	xs	xt	xu	xv	xw	xx	xy	xz	x.	x,	x;	x:	x’
y	**ya**	yb	**yc**	**yd**	**ye**	yf	yg	yh	yi	yj	yk	yl	ym	yn	**yo**	yp	yq	yr	ys	yt	yu	yv	yw	yx	yy	yz	**y.**	**ly,**	y;	y:	y’
z	za	zb	zc	zd	ze	zf	zg	zh	zi	zj	zk	zl	zm	zn	zo	zp	zq	zr	zs	zt	zu	zv	zw	zx	zy	zz	z.	z,	z;	mz	z’

Hình |8-55c|

Các cặp ký tự thường được áp dụng kỹ thuật kerning thường xuyên nhất.

có khoảng cách nào làm gián đoạn nhịp đọc của bạn hay không. Đánh dấu tất cả các tổ hợp chữ có vấn đề. Một số thủ thuật hữu ích để tìm ra những khu vực rắc rối bao gồm: Đọc ngược đoạn văn bản đó, liếc mắt nhìn vào trang giấy để trang biến thành một vệt mờ xám, sau đó thay đổi văn bản để chữ hiện ra với màu trắng trên nền đen. Các kỹ thuật này có thể giúp bạn nhận ra những điểm thiếu nhất quán trong kết cấu/cấu trúc bề mặt và màu sắc tổng thể của đoạn văn. Khi đã nhận ra những điểm cần thay đổi, hãy chỉnh sửa và kiểm tra lại. Lặp lại quy trình này vài lần, cho đến khi bạn hoàn toàn hài lòng với tất cả các tổ hợp chữ được đưa ra.

Thuật ngữ

vùng đệm bên cạnh (sidebearing): khoảng trống bên trái và bên phải của một letterform trên một khuôn chữ hoặc phương tiện kỹ thuật số tương đương.

MẪU CHỮ

Ngay sau khi phát minh ra chữ tháo lắp/chữ có thể dịch chuyển (movable type) tại châu Âu, các nhà in và công ty thiết kế chữ đã bắt đầu sản xuất những bản mẫu chữ (type specimen) để trình bày các lựa chọn typeface và chất lượng in ấn. Vào thập niên 1920, việc sản xuất sách mẫu chữ trở nên phổ biến. Ban đầu, sách mẫu chữ thường là các cuốn catalog trình bày những dòng đơn biểu diễn mỗi loại typeface có thể dùng được, kèm theo tên của từng typeface. Qua nhiều năm, sách mẫu chữ có tính trang trí ngày càng cao hơn và lượng thông tin hàm chứa ngày càng phong phú hơn. Đôi khi, các font được trình bày dưới dạng những bảng chữ cái hoàn chỉnh, bao gồm mọi sự kết hợp giữa các cách đo lường, những chi tiết phóng lớn (magnified detail), các kiểu chữ bổ sung, thậm chí là cả mẫu thử cho những ứng dụng được gợi ý. Cuối cùng, thậm chí cả cuốn sách được sản xuất ra chỉ để dành cho những họ font riêng biệt nào đó.

Ngày nay, các nhà thiết kế và công ty thiết kế chữ vẫn nối tiếp truyền thống tạo ra mẫu chữ để marketing cho thiết kế font của họ. Định dạng của những mẫu này rất phong phú, từ một đoạn văn bản ngắn trong cuốn catalog cho đến một cuốn sách dành riêng cho những phiên bản khác nhau của một font đơn lẻ nào đó, và từ một poster hay brochure nghệ thuật cho đến một ấn phẩm catolog tương tác trực tuyến (online).

Bây giờ, khi đã tạo được font riêng cho mình, bạn sẽ muốn lựa chọn một chiến lược thiết kế để trình bày font. Nếu bạn định giao font của mình cho một công ty thiết kế chữ đang hoạt động, họ sẽ có những hướng dẫn riêng biệt và cụ thể liên quan đến loại mẫu chữ họ cần xem để cân nhắc việc tiếp nhận font đó. Tuy nhiên, nếu định tự mình marketing cho font, hoặc trình bày font đó trong portfolio (hồ sơ năng lực) của mình, bạn cần tạo ra một mẫu font có định dạng phù hợp với mục đích đã đề ra.

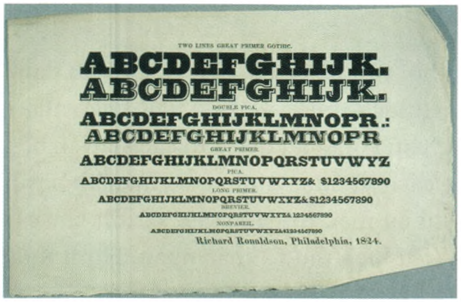
Cũng như với bất cứ thiết kế nào, cách bắt đầu tốt nhất là tiến hành nghiên cứu. Hãy truy cập một số trang Web của những công ty thiết kế chữ hiện hành, để xem các ấn bản catalog trực tuyến của họ và đặt mua những cuốn catalog được họ in ra. Hãy đến thư viện nào có những cuốn sách tốt về in ấn và xem xét các ví dụ liên quan đến lịch sử. Ngoài ra, hãy brainstorm để xem bạn muốn font của mình thể hiện điều gì, nhằm truyền đạt cho mọi người biết về nó. Bạn đề xuất các kiểu phối hợp, liên tưởng và ứng dụng nào cho phần thể hiện font đó? Ai sẽ xem mẫu này khi nó được tạo ra? Loại thông tin nào về font này có liên quan đến chúng? Bạn sẽ trình bày về một font đơn lẻ hay cả một họ chữ? Bạn phân phối mẫu chữ của mình bằng cách nào? Phương pháp phân phối của bạn có dẫn tới yêu cầu gì về kích thước hay mức độ weight không? Đâu là những giới hạn về chi phí và thời gian?

Các mẫu kinh điển

Con người đã tạo ra các mẫu chữ từ hơn 400 năm nay, do đó các mẫu kinh điển (historical model) có thể là một nguồn phong phú và đa dạng về ý tưởng, gợi ý cho cách trình bày font của bạn.

Mẫu dòng chữ

Hình 8-56 minh họa một mẫu dòng chữ (line specimen) từ năm 1822, được James Ronaldson in tại Philadelphia. Ông và cộng sự Archibald Binny đã khởi lập một xưởng đúc chữ hoạt động lâu dài đầu tiên tại Mỹ, họ cũng là những người đầu tiên xuất bản một cuốn sách mẫu chữ ở Mỹ.



Hình |8-56|

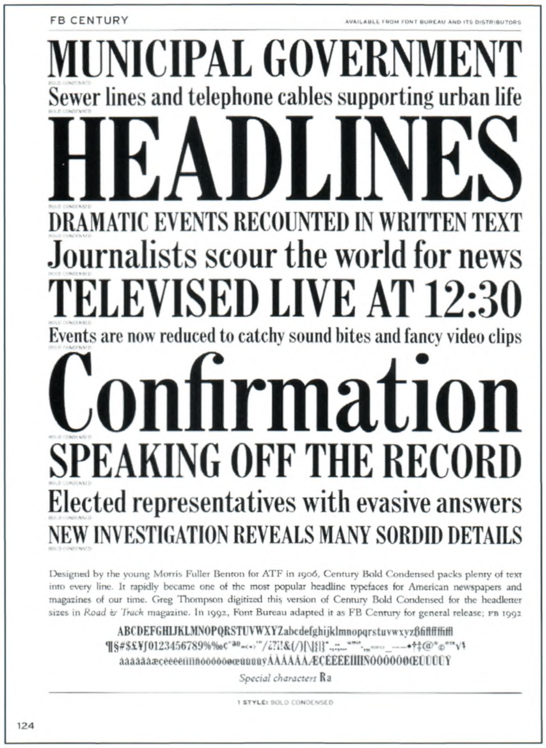
Mẫu dòng chữ được in năm 1822 bởi James Ronaldson, thuộc Binny & Ronaldson, xưởng đúc chữ hoạt động lâu dài đầu tiên tại Mỹ. Thiết kế typeface của Richard Ronaldson, *ảnh do Thư viện trường Đại học Delaware, Newark, Delaware (Mỹ) cung cấp.*

Mẫu dòng chữ có thể bao gồm nhiều kích thước chữ. Mẫu có thể trình bày nhiều phiên bản khác nhau về kiểu chữ hay kích thước chữ, hoặc cả hai. Đôi khi, những chữ này xuất hiện theo thứ tự bảng chữ cái. Có lúc, chúng được sắp xếp để tạo thành những từ tiếng Anh, tiếng Latinh, hoặc các ngôn ngữ khác. Nội dung văn bản có thể thay đổi tùy theo dòng, hoặc cùng một văn bản có thể được lặp lại nhiều lần, như minh họa ở Hình 8-57. Thi thoảng, văn bản được trình bày thành một chuỗi các đề mục, như minh họa ở Hình 8-58.



Hình |8-57|

Các mẫu dòng chữ, trang lấy từ tập mẫu chữ của Công ty Font Bureau có tên *1-Line Specimens* (tạm dịch: *Những mẫu chữ một dòng*), ấn bản lần 2, 2004. Các typeface Amplitude (Christian Schwartz, 2002), Anisette (Adolphe Mouron Cassandre, Jean François Porchez, 1997), Antique Condensed (Jim Parkinson, 1995) và Armada (Tobias Frere-Jones, 1994). *Ảnh do Công ty Font Bureau cung cấp.*

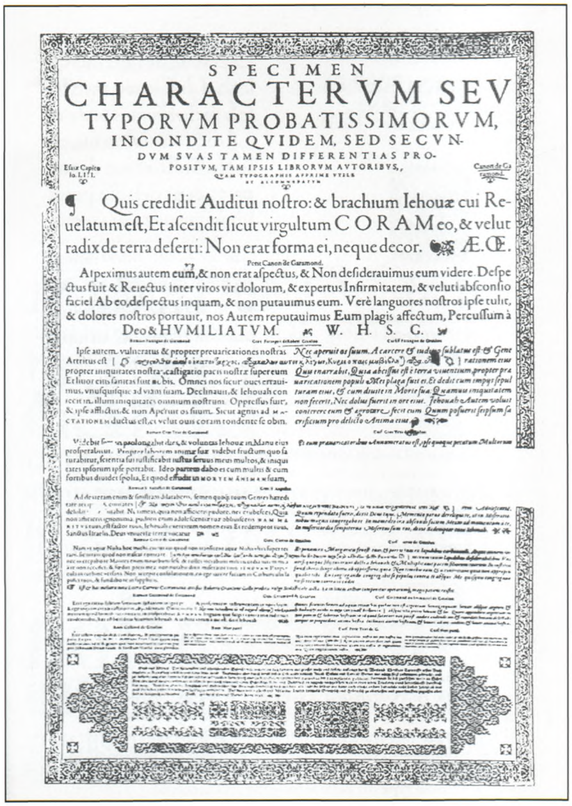


Hình |8-58|

Các mẫu dòng chữ, trang lấy từ tập mẫu chữ của Công ty Font Bureau có tên *Font Bureau Type Specimens* (tạm dịch: *Các mẫu chữ của Font Bureau*), ấn bản lần 3, 2004. Typeface FB Century do Greg Thompson và Font Bureau tạo ra năm 1992, dựa trên các thiết kế gốc của Morris Fuller Benton năm 1906.

Mẫu khối văn bản

Một cách trình bày khác cho font của bạn là theo khối văn bản (text block). Ở định dạng này, toàn bộ khối văn bản được thiết đặt theo nhiều kích thước và kiểu chữ khác nhau, nhằm tạo ra nhận thức tốt hơn về cách đối chiếu các chữ với nhau trong tư cách là văn bản nội dung. Một số bản mẫu chữ cổ nhất được in bằng cách sử dụng định dạng mẫu khối văn bản (text block specimen). Ví dụ, Hình 8-59 là một bản mẫu từ năm 1592, trình bày các khối văn bản được thiết đặt theo hai kiểu chữ ở nhiều kích thước khác nhau. Hình 8-60 minh họa ví dụ về một bản mẫu trình bày kiểu chữ khối văn bản gần đây hơn.



SPECIMEN CHARACTERVM SEV TYPORVM PROBATISSIMORVM, INCONDITE QVIDEM, SED SECVNDVM SVAS TAMEN DIFFERENTIAS PROPOSITVM, TAM IPSIS LIBRORVM AVTORIBVS,

Quis credidit Auditui nostro: & brachium Iehouæ cui Reuelatum est, Et ascendit sicut virgultum CORAM eo, & velut radix de terra deserti: Non erat forma ei, neque decor. Æ. Œ.

Aspeximus autem eum, & non erat aspectus, & Non desiderauimus eum videre. Despectus fuit & Reiectus inter viros vir dolorum, & expertus Infirmitatem, & veluti absconsio faciei Ab eo, despectus inquam, & non putauimus eum. Verè languores nostros ipse tulit, & dolores nostros portauit, nos Autem reputauimus Eum plagis affectum, Percussum à Deo & HVMILIATVM. W. H. S. G.

Hình |8-59|

Mẫu khối văn bản từ năm 1592, trích từ cuốn *Printing Type* (tạm dịch: *Chữ trong in ấn*) của Alexander Lawson. *@ Bản quyền năm 1971 thuộc về Alexander Lawson, được in lại với sự cho phép của Nhà xuất bản Beacon, Boston (Mỹ).*



AVAILABLE FROM FONT BUREAU AND ITS DISTRIBUTORS

GRIFFITH GOTHIC

THIN WITH ITALIC AND BOLD 10 point

GRUMPY WIZARDS MAKE TOXIC BREW FOR *THE EVIL QUEENS & JACKS. LAZY MOVER DID* quit hard packing of these papier-mâché jewelry boxes. Back at my quaint garden: jaunty zinnias vie with flaunting phlox. *Hark! 4,872 toxic jungle water vipers quietly drop on zebras for meals!* New farm hand (picking just six quinces) proves strong but lazy. **For only about $65, jolly house wives made an 'inexpensive' meal using quick frozen vegetables.** Jaded zombies acted quaint ly but kept driving their 31 oxen forward. At my grand prix, J. Blatz was equally vilified for his funky ways. My grandfather spent his day quickly carving wax buzzards, mostly out of junk. When

LIGHT WITH ITALIC AND BLACK 10 point

GRUMPY WIZARDS MAKE TOXIC BREW FOR *THE EVIL QUEENS & JACKS. LAZY MOVER TO* quit hard packing of these papier-mâché jewelry boxes. Back at my quaint garden: jaunty zinnias vie with flaunting phlox. *Hark! 4,872 toxic jungle water vipers quietly drop on zebras for meals!* New farm hand (picking just six quinces) proves strong but lazy. **For only about $65, the jolly housewives made 'inexpensive' meals using quick-frozen vegetables.** Jaded zombies acted quaintly but kept driving their 31 oxen forward. At my grand prix, Dr. Blatz was equally vilified for his funky ways. My grandfather spent his day quickly carving wax buzzards, mostly from

REGULAR WITH ITALIC AND BLACK 10 point

GRUMPY WIZARDS MAKE TOXIC BREW FOR *THE EVIL QUEENS & JACKS. LAZY MOVER QU* quit hard packing of the papier-mâché jewelry boxes. Back at my quaint garden: jaunty zin nias vie with flaunting phlox. *Hark! 4,872 toxic jungle water vipers quietly drop on zebras for meals!* New farm hand (picking just six quinces) proves strong but lazy. **For only about $65, jol ly housewives made 'inexpensive' meals out of 9 quick-frozen vegetables.** Jaded zombies acted quaintly but kept driving their 31 oxen forward. At my grand prix, J. Blatz was equal ly vilified for his funky ways. My grandfather did spend his day quickly carving wax buzzards, mostly from junk. When we go back to Juarez,

BOLD WITH ITALIC AND ULTRA 10 point

GRUMPY WIZARDS MAKE TOXIC BREW FOR *THE EVIL QUEENS & JACKS. LAZY MOVER QU* quit hard packing of this papier-mâché jewel ry box. Back at my quaint garden: the jaunty zinnias vie with flaunting phlox. *Hark! 4,872 toxic jungle water vipers don't quietly drop on zebras for meals!* New farm hand (picking just just sixty quinces) proves strong but lazy. For only about $65, jolly housewives made us 'in expensive' meal using quick-frozen vegetables. **Jaded zombies acted so quaintly but kept driving their 31 oxen forward.** At my grand prix, J. Blatz was equally vilified for his funky ways. My grandfather spent his day quickly carving wax buzzards, mostly from junk. When

BLACK WITH ITALIC 10 point

GRUMPY WIZARDS MAKE A TOXIC BREW *FOR THE EVIL QUEEN & JACK. LAZY MOVER* quit hard packing of the papier-mâché jew elry boxes. Back at my quaint garden: jaun ty zinnias vie with flaunting phlox. Hark! 4,872 toxic jungle water vipers quietly drop on zebras for meals! *New farm hand (pick ing just six quinces) proves strong but lazy.* For only about $65, jolly housewives made 'inexpensive' meals using quick-frozen vege tables. Jaded zombies acted quaintly but ke

ULTRA WITH ITALIC 10 point

GRUMPY WIZARDS MAKE A TOXIC BREW *FOR THE EVIL QUEEN & JACK. LAZY MOVE* quit hard packing of the papier-mâché jewelry boxes. Back at my quaint garden: jaunty zinnias with flaunting phlox. *Hark! 4,872 toxic jungle water vipers qui etly drop on zebras for meals!* New farm hand (picking just six quinces) proves strong but lazy. For only about $65, jolly housewives made 'inexpensive' meals us ing quick-frozen vegetables. Jaded zombi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyzßfiflffffiffl

Special characters

Hình |8-60|

Những mẫu khối văn bản từ cuốn sách mẫu của Công ty Font Bureau có tên *Font Bureau Type Specimens* (tạm dịch: *Các mẫu chữ của Font Bureau*), ấn bản lần 3, 2004. Typeface Griffith Gothic do Tobias Frere-Jones tạo ra năm 1997, dựa trên các thiết kế gốc của G. H. Griffith năm 1937.

Mẫu phân tích

Mẫu phân tích (analytical specimen) là mẫu truyền tải nhiều loại thông tin trong một layout duy nhất. Khi William Caslon tạo ra bản mẫu đầu tiên năm 1734 (xem Hình 1-27), mục tiêu của ông là đưa vào càng nhiều thông tin về font đó càng tốt. Caslon đã trình bày nó theo hình thức bảng chữ cái, thành nhiều dòng văn bản cũng như nhiều khối văn bản theo nhiều kích thước và kiểu chữ khác nhau. Hình 8-61 minh họa một mẫu phân tích được tạo ra gần đây, trong đó nhà thiết kế đã tham khảo một mẫu quan trọng về mặt lịch sử của Caslon.



Hình |8-61|

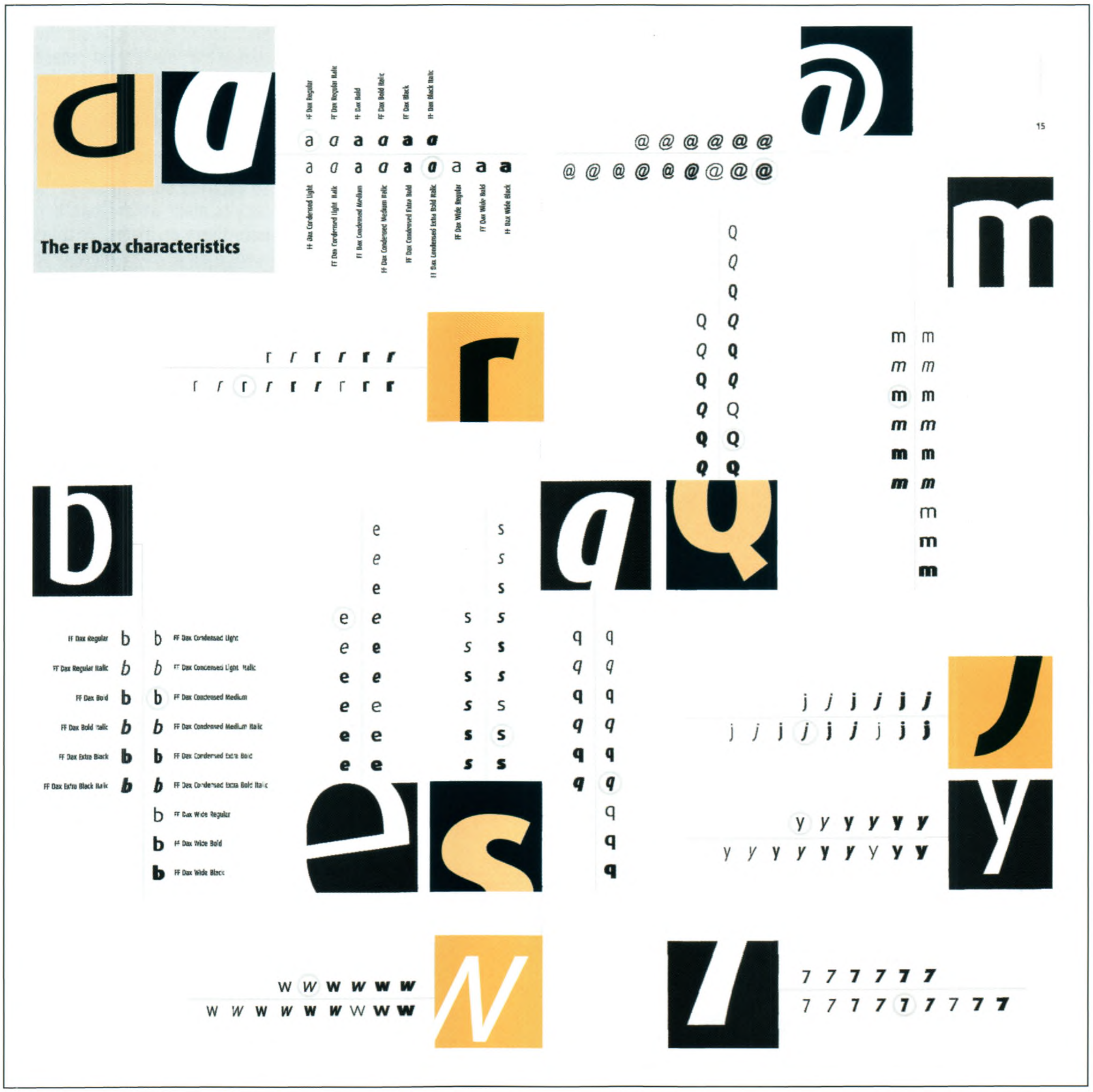
Mẫu phân tích cho typeface Phillips, do Richard W. Beatty thiết kế và số hóa (đã giảm kích thước). Bạn có thể tìm thấy font của Richard W. Beatty trên trang *www.will-harris.com* hoặc *www.fontshop.com*.

Hình 8-62 minh họa cách tiếp cận hiện đại hơn về việc tạo mẫu phân tích. Tấm poster vừa duyên dáng vừa chuẩn xác, trong khi vẫn truyền tải được nhiều kiểu thông tin khác nhau về loại font này. Letterform lớn bất thường lôi kéo sự chú ý của người xem và mời gọi sự suy xét vốn không thường gặp ở trải nghiệm của họ đối với văn bản nội dung. Việc phóng lớn chỉ một vài letterform có thể bộc lộ những sắc thái duyên dáng của các dạng glyph, đồng thời đưa ra được một tuyên bố táo bạo về phong cách. Mẫu chữ ở Hình 8-63 chọn cách tiếp cận này và tiến thêm một bước nữa, chỉ tập trung vào các bộ phận của vài ký tự được chọn, nhằm làm nổi bật những đặc điểm phong cách điển hình của loại font này.

Hình |8-62|

Poster mẫu chữ phân tích của typeface Présence, do Thierry Puyfoulhoux thuộc Công ty Présence Typo thiết kế năm 2000.





Hình |8-63|

Mẫu chữ nghệ thuật (artistic specimen) của typeface FF Dax, do Hans Reichel thiết kế năm 1995/1997, layout được Wim Westerveld của NEON thiết kế cho FontFont, FSI năm 2004.

Chữ thông dụng

Do font thường được mua vì giá trị lợi ích chung của chúng, nên việc trình bày các mẫu chữ của loại font thông dụng có thể là một phương pháp marketing hiệu quả. Điều này không chỉ đem đến cho khách hàng ý tưởng về cách sử dụng font của bạn, mà còn củng cố bất cứ mối liên hệ văn hóa hay cảm xúc nào từ người xem mà bạn hy vọng sẽ gán được cho font của mình.

Các mẫu font ở Hình 8-64 được phát hành vào đầu thập niên 1940 như một phần của cuốn sách mẫu trình bày các typeface do Lucien Bernhard thiết kế. Mỗi mẫu tổng hợp hình ảnh của các bảng hiệu giả lập, kèm theo đó là một cá tính đặc trưng. Khi các font trên được phục dựng dưới định dạng kỹ thuật số vào thập niên 1990, những mẫu font này cũng được phục dựng theo.

Một ví dụ về mẫu font gần đây hơn minh họa chiến lược tương tự, như mô tả ở Hình 8-65. Trong mỗi mẫu này, một cá tính đặc trưng được gắn với một font bằng cách khéo léo đưa nó về một bối cảnh văn hóa quen thuộc. Với cách này, nhà thiết kế khiến mỗi người xem cảm thấy hoài niệm về một mối liên hệ văn hóa hàm chứa trong đó, đồng thời đem đến cho họ cảm giác được hòa mình vào những người nhận diện chúng.



Hình |8-64|

Các mẫu chữ nam châm (magnet type) mô phỏng một số cách sử dụng khả thi cho những typeface được phục dựng gồm Tradition, Buckeye và Touraine, do Joe Freedman của Công ty Sarabande tạo ra năm 1993, dựa trên các thiết kế gốc do Lucien Bernhard thiết kế cho Công ty Thiết kế chữ American Type, khoảng năm 1940. *Ảnh do Công ty Sarabande cung cấp.*



Hình |8-65|

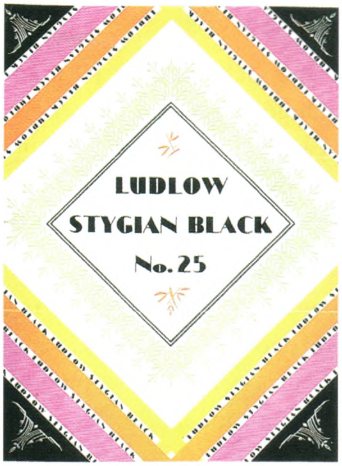
Các mẫu chữ mô phỏng một số cách sử dụng khả thi cho typeface Keystoned, Total Disorder và Prints Charming, tác phẩm của Lloyd Springer thuộc Công ty Thiết kế chữ TypeArt.

Mẫu chữ nghệ thuật

Đôi khi, nhà thiết kế đưa mẫu chữ vào một định dạng nghệ thuật hơn để nhấn mạnh những phẩm tính giàu biểu cảm của font, đồng thời để liên hệ typeface đó với một hình ảnh dễ marketing. Hình 8-66 minh họa một thiết kế mẫu chữ nghệ thuật từ năm 1933, trong đó layout phong cách Art Deco đã giúp củng cố thêm tính cách lạc quan, tao nhã của loại typeface này.

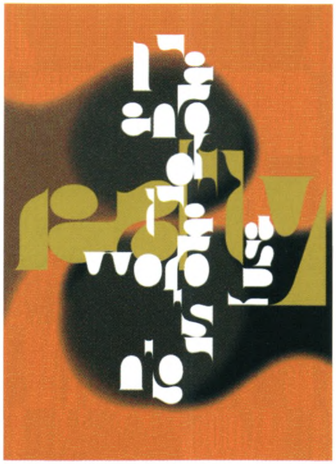
Ngày nay, các nhà thiết kế tiếp tục tạo ra những mẫu chữ biểu thị được khả năng khơi gợi cảm xúc cho font của họ theo các định dạng nghệ thuật. Chẳng hạn, nhà thiết kế của font ở Hình 8-67 đã sử dụng các ký tự như là các thành phần bố cục, để tạo ra poster mẫu chữ nghệ thuật trừu tượng này.

Nhiều khi, các nhà thiết kế tạo ra những mẫu chữ nghệ thuật có sức hút mạnh mẽ bằng cách thêm hình ảnh vào thiết kế của họ. Chẳng hạn, những phẩm tính thanh mảnh và bụi bặm tương phản nhau của typeface ở Hình 8-68 vốn được làm cho hòa hợp bằng cách sử dụng hình ảnh đã khơi gợi hoài niệm về quá khứ hào quang, cũng như cảm giác về vẻ thanh tao đã bị hao mòn theo năm tháng.



Hình |8-66|

Mẫu chữ nghệ thuật của typeface Stygian Black No. 25 (Số 25), do Công ty Typograph Ludlow sản xuất năm 1933. *Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Stven Heller và Louise Fiji.*



Hình |8-67|

Mẫu chữ nghệ thuật của typeface Auto Suggesstion, do Neville Brody thuộc Research Studios thiết kế năm 1993.

Hình |8-68|

Mẫu chữ nghệ thuật của typeface Memory Lapses, Diesel, Nars và Carimbo, do Eduardo Recife thuộc Công ty Thiết kế chữ Misprinted sáng tạo.



Sách mẫu chữ

Hình thức của sách mẫu chữ rất phong phú, từ sách mỏng bìa mềm (pamphlet) cho đến sách đóng bìa cứng (hardcover book). Nội dung của sách mẫu có thể tập trung vào các chi tiết của một họ font đặc thù, hoặc có thể tạo danh mục cho tất cả các mặt hàng của một công ty thiết kế chữ. Bất cứ sự kết hợp nào giữa các định dạng mẫu chữ được thảo luận ở đây cũng có thể đưa vào một cuốn sách mẫu chữ (specimen book).

Hình 8-69 minh họa một số trang từ cuốn catalog của một công ty nhỏ có cách tiếp cận độc đáo về việc trưng bày font của họ. Công ty này mời các nhà thiết kế render văn bản tùy theo lựa chọn của họ, sử dụng font của công ty. Những thiết kế thành phẩm được tập hợp lại thành một cuốn catalog trưng bày các poster mẫu nghệ thuật.



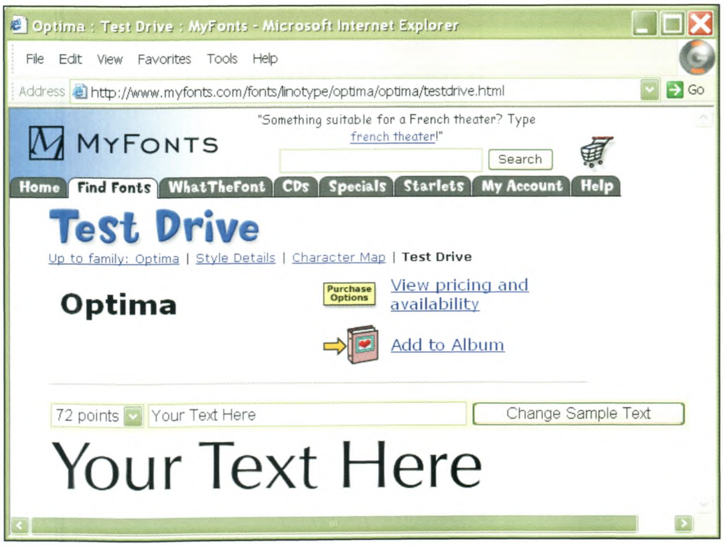
Hình |8-69|

Các mẫu chữ do Gabriel Martínez Meave, Rares Malureanu và Jean-François Porchez thiết kế cho typeface Rayuela, Borges và Quimera, thiết kế năm 2002 của Alejandro Lo Celso thuộc Công ty PampaType.

Các mẫu chữ trực tuyến

Trước cuộc Cách mạng Kỹ thuật số, sách in về mẫu chữ không phải là công cụ marketing phổ biến và cần thiết nhất cho font. Tuy nhiên, việc ứng dụng máy tính vào lĩnh vực thiết kế không chỉ ảnh hưởng đến cách tạo và in font, mà còn thay đổi cách marketing và bán font. Giờ đây, nhiều công ty thiết kế chữ đã có trang Web để trưng bày các mặt hàng của mình.

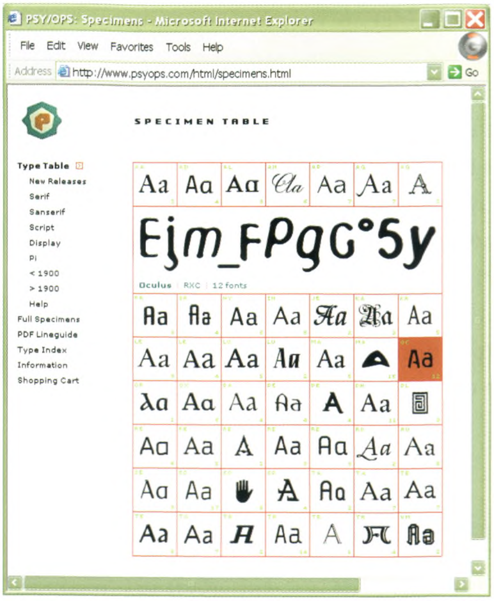
Các mẫu font kỹ thuật số có những tính năng và hạn chế khác biệt so với các mẫu font in. Một mặt, độ phân giải thấp hiếm khi thể hiện đúng các thiết kế chi tiết của typeface, nên mẫu in vẫn được xem là cần thiết đối với nhiều công ty và khách hàng của họ. Mặt khác, mẫu kỹ thuật số có chi phí sản xuất ít hơn nhiều so với mẫu in, khách hàng có thể mua và tải trực tiếp những font đó về từ trang Web mà không cần phải chờ. Các yếu tố về thời gian và chuyển động có thể làm tăng thêm sức cuốn hút cho layout của mẫu chữ này, đồng thời hỗ trợ người dùng định hướng. Vì các định dạng trực tuyến đều có tính tương tác, nên các mẫu trên mạng cho thấy những hình dạng khác của một font có thể được dẫn liên kết (link), và các chức năng đổi hình khi rê chuột cho phép người dùng chuyển đổi giữa các hình dạng. Một số định dạng mẫu chữ trực tuyến còn cho phép người dùng "chạy thử" ("test drive") các font bằng cách sử dụng công cụ sắp chữ kỹ thuật số, như minh họa ở Hình 8-70.

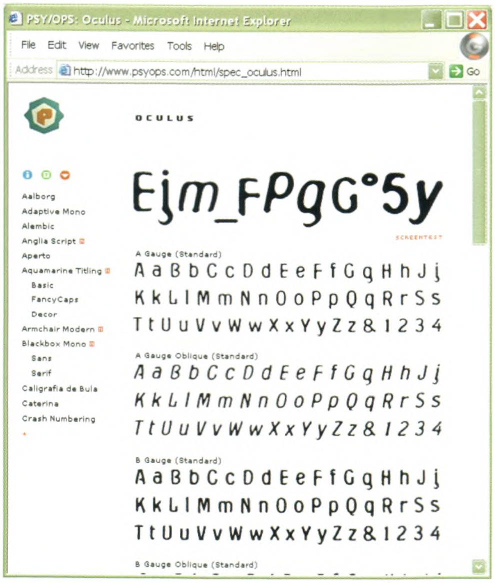


Hình 8-70

Công cụ sắp chữ kỹ thuật số trực tuyến cho phép người dùng "chạy thử" các font; ảnh chụp màn hình của Test Drive (Chạy thử) thuộc trang MyFonts.com tại địa chỉ *www.myfonts.com. Ảnh do Công ty Bitstream cung cấp.*

Hình 8-71a và 8-71b mô tả ảnh chụp màn hình từ trang Web của một công ty thiết kế chữ, trang này trưng bày tất cả các font do công ty cung cấp. Khi con trỏ chuột được rê tới một ô bất kỳ, nó sẽ sáng lên, và một mẫu chữ lớn hơn xuất hiện, bao gồm các chữ cái của từng kiểu chữ thuộc font đó. Khi nhấn vào ô đó, một màn hình mới sẽ hiển thị bảng chữ cái mẫu với tất cả các kiểu chữ có sẵn của font đó. Bạn có thể tải về một mẫu in được từ trang này theo định dạng PDF (Hình 8-71c).





Hình |8-71a và 8-71b|

Các mẫu chữ trực tuyến trên trang *www.psyops.com*, rất đặc trưng với typeface Oculus, được Rodrigo X. Cavazos thuộc Công ty PSY/OPS Type SF thiết kế vào năm 1996.



Hình |8-71c|

Một trang tài liệu PDF trình bày các mẫu chữ, PSY/OPS Lineguide, trích từ trang *www.psyops.com*, rất đặc trưng với typeface Oculus của Rodrigo X. Cavazos, Inégalé của Matthijs van Leeuwen, Aperto của Paul Veres và Reform của Anuthin Wongsunkakon. *Ảnh do Công ty PSY/OPS Type SF cung cấp, 2003.*

Các phương pháp tiếp cận cách tân

Tất nhiên, sự sáng tạo mà bạn có thể dùng để tạo ra các mẫu font là không giới hạn. Bạn có thể làm theo bất cứ định dạng nào phù hợp với mục đích thông báo cho khách hàng biết về các đặc điểm của font. Hình 8-72 minh họa phương pháp tiếp cận đặc biệt cách tân của một công ty thiết kế chữ khi tạo ra bốn mẫu font; công ty này sản xuất các quân bài quảng bá, trong đó mỗi quân bài cho ra một mẫu font độc đáo riêng.



Hình |8-72|

Các mẫu chữ in trên những quân bài, tác phẩm do Richard Kegler của Công ty Thiết kế chữ P-22 sáng tạo.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Thiết kế tốt một font là công việc lâu dài, khó nhọc và đòi hỏi sự cần cù. Người ta có vẻ hoặc thích hoặc ghét điều này, tùy vào niềm yêu thích của họ đối với công việc cần đến sự tiểu tiết cũng như cảm nhận của họ về chữ. Đối với những người muốn thử bắt tay vào thiết kế font, việc tạo ra một font tốt có vẻ dễ dàng hơn nhiều, với điều kiện họ liên tục ghi chép cẩn thận, thực hiện một số nghiên cứu quan trọng, chọn ra một chiến lược thiết kế phù hợp, đồng thời đưa ra những quyết định được lên kế hoạch chu đáo về việc thiết kế các thành phần của font. Chất lượng font thường được đánh giá bằng tính nhất quán trong ngôn ngữ thị giác, tính rõ ràng và tính dễ đọc của font. Do khoảng cách phù hợp đóng vai trò rất quan trọng đối với tính rõ ràng và tính dễ đọc của một font, nên việc gán giá trị của vùng đệm bên cạnh cũng như áp dụng kỹ thuật kerning cần được thực hiện hết sức cẩn trọng và cần kiểm tra lại nhiều lần. Khi đã hoàn tất việc thiết kế font, nhà thiết kế và công ty thiết kế lại tiến hành sản xuất ra các bản mẫu chữ để marketing cho font của họ trước công chúng, bằng cách sử dụng rất nhiều định dạng khác nhau.

Ôn tập

1. Bạn nên xem xét các câu hỏi nào khi lên kế hoạch cho việc thiết kế một font mới?
2. Bạn nên tiến hành hình thức nghiên cứu nào trước khi bắt đầu thiết kế font?
3. Những quyết định ban đầu nào sẽ giúp bạn đảm bảo tính nhất quán trong việc thiết kế bộ ký tự của mình?
4. Tại sao bạn chọn phương pháp render này thay vì phương pháp kia? Giải thích cách sử dụng phù hợp cho từng phương pháp được bàn luận.
5. Các đường gióng phụ trợ là gì, công dụng của chúng?
6. Thảo luận về những hàm ý pháp lý và đạo đức của việc phục dựng hoặc chỉnh sửa một font có sẵn.
7. Các letterform nào có thể được phát triển từ những letterform nào?
8. Mô tả ba ảo giác gây ảnh hưởng đến cách bạn thiết kế các chữ cái cụ thể.
9. Làm thế nào để bạn có thể kiểm tra các ký tự và khoảng cách của font? Khi nào bạn nên thực hiện những kiểm tra này?
10. Tại sao kỹ thuật kerning lại quan trọng đối với thiết kế font?
11. Mô tả ba định dạng mẫu chữ và những công dụng phù hợp nhất của chúng.

Bài tập

1. Tạo một cuốn scrapbook thu thập những ký tự, từ hoặc khối văn bản thu hút bạn. Hãy tìm các tài liệu in và trang Web để có đoạn văn bản phục vụ cho việc photocopy, cắt ra hoặc in. Tập hợp ít nhất 40 ví dụ vào cuốn scrapbook của bạn. Ghi chú trong scrapbook về những điều khiến bạn lưu tâm ở từng lựa chọn.
2. Thu thập ví dụ về các mẫu chữ in. Có thể có sẵn các mẫu chữ trực tuyến để bạn tải về dưới dạng PDF, hoặc bạn có thể chụp ảnh hay scan bản in. Các mẫu in có thể được tìm thấy trong thư viện và tiệm sách cũ, hoặc có thể được đặt mua từ những công ty thiết kế chữ.
3. Truy cập trang Web của một vài công ty thiết kế chữ. So sánh và nêu rõ sự tương phản về cách trình bày font của mỗi trang Web.

Bài tập

4. Soạn thảo bản kế hoạch thiết kế font, trong đó mô tả "ai, (cái) gì/nào, ở đâu, thời điểm nào, tại sao và như thế nào".

   a. Mô tả và bảo vệ phương pháp render mà bạn định dùng để tạo font của mình.

   b. Đưa ra quyết định về các tỷ lệ đường gióng, sự tương phản, hướng nhấn nét và nét cuối của font bạn định thiết kế. Vẽ các biểu đồ minh họa cho những lựa chọn của mình.

   c. Tổ chức bộ ký tự của bạn vào trong một biểu đồ theo sự tương đồng về hình dạng và độ rộng mà bạn dự tính. Vận dụng kiến thức ở chương này làm hướng dẫn, hãy quyết định những ký tự nào sẽ được phát triển từ các ký tự khác trong font đặc thù của bạn.

   d. Thiết kế chữ I, H, O và V cho font của bạn.

   e. Thiết kế toàn bộ các chữ cái trong font của bạn, vốn cần thiết để tạo ra một mẫu chữ với nội dung HAMBURGEFONTSIV hoặc hamburgefontsiv.

5. Thực hành việc tạo khoảng cách cho các letterform bằng mắt, bằng tay. Cắt 100 chữ từ một trang tạp chí cũ. Vẽ các đường gióng trên một tờ giấy trắng, dùng nhíp và hồ để dán những chữ này theo một trật tự mới, tạo ra 5 hàng với mỗi hàng 20 chữ, cộng thêm khoảng cách từ, để khoảng cách trông tự nhiên và kết cấu/cấu trúc bề mặt của khối văn bản trông thật mượt mà.

6. Thiết kế một poster, trang Web hoặc tờ mẫu chữ để marketing cho một hoặc nhiều font theo lựa chọn của bạn.

7. Hãy truy cập một kho lưu trữ font trên mạng, như *www.myfonts.com*, hoặc trang Web tương tự. Chọn bất cứ typeface nào khiến bạn hứng thú. Ghi chú lại tên font và tên công ty sở hữu font đó. Mở bản đồ ký tự của typeface bạn chọn. Sau đó, chọn ra 3 chữ hoa bất kỳ, mỗi lần một chữ, rồi sap chép (copy) file JPEG của từng chữ vào ổ cứng. Tiếp theo, in hình của 3 chữ bạn chọn ra. Không quay trở lại nguồn ban đầu hay các font tương tự, hãy dùng 3 chữ bạn đã in ra để làm cơ sở cho việc thiết kế 10 trong số 23 chữ còn lại trong bảng chữ cái. Sau khi hoàn thành những thiết kế của mình, hãy quay trở lại nguồn ban đầu, in ra các phiên bản khác của cùng những ký tự thuộc font đó mà bạn đã thiết kế, để tiến hành đối sánh. Hãy xem xét các lựa chọn thiết kế của mình và đối chiếu với những lựa chọn thiết kế của nhà thiết kế gốc.



Poster *AIGA Literacy Campaign* (tạm dịch: *Chiến dịch xóa mù chữ của AIGA*), được Charles Anderson thuộc Công ty Thiết kế Charles S. Anderson sáng tạo cho AIGA/Colorado.

CHƯƠNG 9

Mục tiêu bài học

- Hiểu rõ về lý thuyết truyền thông (communication theory).
- Hiểu được trách nhiệm của việc thiết kế ra các sản phẩm truyền thông thị giác (visual communication).
- Nâng cao khả năng sáng tạo của cá nhân (personal creativity) thông qua việc tích cực brainstorming và tổng hợp bằng thị giác.
- Tạo được cộng hưởng đồ họa (graphic resonance) trong bản thiết kế.
- Làm cho hình thức với thông điệp khớp (và không khớp) nhau theo các phương thức có chủ đích của nhà thiết kế.
- Nghiên cứu và phân tích nhiều cách thức cũng như lý do khác nhau khiến nhà thiết kế lựa chọn tuân thủ hoặc phá vỡ các "quy tắc" typography (typography "rule").

Giới thiệu

Chữ viết là phần mở rộng của lời nói (spoken word); tuy nhiên, chữ viết đã vượt qua toàn bộ các dấu hiệu bằng lời và cử chỉ, vốn là những yếu tố thông thường giúp ta diễn giải được ý nghĩa của những lời mình nghe thấy. Chẳng hạn, nét mặt, sự lên xuống ở tông giọng và cử chỉ nơi bàn tay có thể giúp ta hiểu được rằng, cùng một từ hay câu nói có thể đem đến nhiều ý nghĩa khác nhau như hài hước, trìu mến, thân thiện, thô lỗ, châm chọc hay hẹp hòi. Khi ai đó lớn tiếng la lên "ngừng lại!" với bàn tay vươn ra và lòng bàn tay hướng vào mặt bạn, có thể người đó đang cố truyền đạt một ý nghĩa khác so với một người cũng nói như vậy nhưng lại cười bẽn lẽn và vẫy vẫy bàn tay của họ.

Do vậy, vấn đề quan trọng chính là nhà thiết kế cần tạo ra được các cách thức tạo hình hiệu quả. Sau cùng, mối quan tâm chính yếu của nhà thiết kế lúc nào cũng phải nhằm truyền tải được thông điệp đã đề cập. Tạo ra layout thỏa mãn về mặt thị giác không thôi chưa đủ - mục tiêu của nhà thiết kế vẫn là truyền thông (communicate).

Đó là sự khác biệt giữa việc tạo ra một thiết kế và việc sáng tạo tác phẩm hội họa: Trong khi hội họa là một cách biểu hiện do chính người họa sỹ sáng tạo nên, nhằm khiến bản thân họ hài lòng, thì nhà thiết kế cũng dùng các công cụ và ngôn ngữ tương tự, nhưng lại truyền tải một thông điệp đến với đối tượng khán giả mục tiêu, đồng thời vẫn biểu hiện được tầm nhìn của khách hàng. Thông điệp này có thể mang tính xã hội, chính trị hoặc kinh tế; kết quả dự tính có thể khiến người xem mua hàng, ủng hộ một động cơ, bỏ phiếu cho một ứng viên, xem một chương trình truyền hình, hoặc để tìm hiểu về một mối bận tâm xã hội nào đó.

Bước đầu tiên để truyền thông hiệu quả bằng chữ là hãy xác định cho đúng vấn đề bạn muốn truyền thông. Điều mà chữ phải đạt được trong mọi thiết kế phụ thuộc

rất nhiều vào khán giả và thông điệp gửi đi. Nhà thiết kế đặt ra mục đích thiết kế cụ thể, cân nhắc nhu cầu, sở thích đặc thù của khán giả, cũng như suy xét thật kỹ nội dung, ý nghĩa và trạng thái của thông điệp được gửi gắm trong bản thiết kế.

Lịch sử đã chứng minh rằng, thiết kế đem lại sức ảnh hưởng to lớn đối với niềm tin của con người về bản thân, cộng đồng và môi trường họ sống. Tạo ra thiết kế có sức ảnh hưởng lên các giá trị và nền kinh tế là một trách nhiệm hệ trọng. Nhà thiết kế phải nắm rõ cách truyền thông hiệu quả, để có thể tạo ra các thiết kế truyền tải được những thông điệp có chủ đích tới đối tượng khán giả mục tiêu.

LÝ THUYẾT TRUYỀN THÔNG

Để nắm rõ cách truyền thông hiệu quả, cần dựa trên nguyên tắc *toàn bộ việc tìm hiểu đều là chủ động (all learning is active)*. Tức là, mọi khán giả chủ động chọn thông điệp nào cần quan tâm, mọi khán giả chủ động diễn giải ý nghĩa của thông điệp theo nền tảng kiến thức cùng toàn bộ vốn kinh nghiệm của bản thân, và mọi khán giả chủ động quyết định cách tương tác với thông điệp nhận được. Điều này hàm ý rằng, nhà thiết kế không thể giả định đối tượng khán giả của họ sẽ nắm bắt được thông điệp chủ đích, hiểu rõ về nó, hoặc gây ra một tương tác có chủ ý nào đó với thông điệp kia.

Tuy nhiên, nhà thiết kế có khả năng tạo tác động để có thể truyền tải được thông điệp mình đưa ra. Nếu hiểu rõ cách vận hành của truyền thông cũng như điểm yếu nhất của hoạt động này, nhà thiết kế có thể tiến hành truyền thông thị giác hiệu quả hơn.

Người gửi, người nhận và thông điệp

Bất cứ thiết kế nào cũng bắt đầu khi một cá nhân hay tổ chức muốn truyền đạt thông điệp (message) đến đối tượng khán giả mục tiêu. Về bản chất, thông điệp đó có thể mang tính xã hội, chính trị, y học, tôn giáo hoặc kinh tế. Cá nhân hay tổ chức muốn gửi thông điệp đó được gọi là *người gửi (sender)*, còn đối tượng khán giả mục tiêu được gọi là *người nhận (receiver)*. Hình 9-1 minh họa mối quan hệ này.



Hình |9-1|

Biểu đồ truyền thông: Người gửi, người nhận và thông điệp.

Bây giờ, hãy hình dung ba người gửi cụ thể muốn truyền thông điệp đến ba người nhận cụ thể, để ta có thể lần tìm theo đường truyền của thông điệp.

Ví dụ 1: Một tổ chức có tên Hiệp hội Thủ thư Quốc gia (National Association of Librarians - NAL) muốn gửi một thông điệp đến với các em học sinh Mỹ, rằng "Đọc sách tuyệt lắm!". Trong trường hợp này, NAL là người gửi, học sinh Mỹ là người nhận và "Đọc sách tuyệt lắm!" là thông điệp.

Ví dụ 2: Cô Frank, chủ quán Juicyburger Dinner ở Baltimore (Mỹ), muốn nhắn mọi người ở Baltimore là hãy đến ăn tại quán của cô ấy. Trong trường hợp này, cô Frank là người gửi. Mọi người ở Baltimore là người nhận. Thông điệp là "Hãy đến ăn tại quán Juicyburger Dinner".

Ví dụ 3: Con sói muốn dụ dỗ cô bé quàng khăng đỏ đến nhà bà ngoại để có thể ăn thịt cô bé. Trong trường hợp này, con sói là người gửi, cô bé quàng khăn đỏ là người nhận, và thông điệp là "Hãy đến nhà bà ngoại".

Nguồn

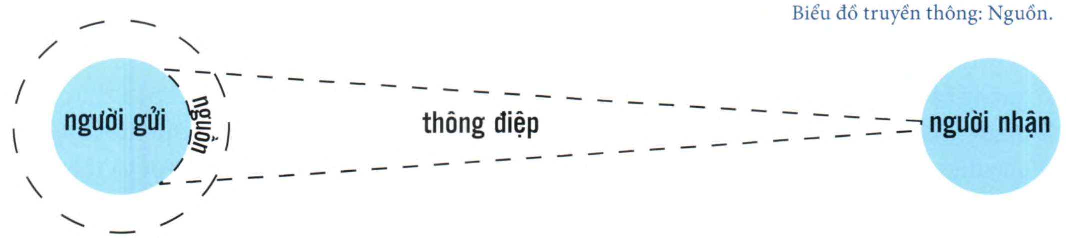
Đến đây, có thể bạn đã nhận thấy rằng một số người gửi có thể là những người phát ngôn không thuyết phục đối với người nghe. NAL dường như quá ngột ngạt để có thể hấp dẫn các em học sinh, cô Frank trông không được khỏe mạnh lắm, còn con sói rõ ràng đâu phải là người bạn đáng tin cậy của cô bé quàng khăn đỏ!

Mỗi người nhận, vì lý do riêng của mình, sẽ quyết định dùng một *nguồn (source)* để truyền đạt thông điệp của họ. Nguồn này chính là cá nhân hoặc tổ chức mà khán giả sẽ *nhận thức (perceive)* như là người gửi.

NAL quyết định dùng đến một linh vật vui nhộn - Libby Mọt sách - để gửi thông điệp đến trẻ em Mỹ. Cô Frank chọn cách tiếp tục ẩn danh, và gửi thông điệp của mình từ "nhóm người ở quán Juicyburger Dinner". Con sói sẽ giả làm bà ngoại, nhằm làm cho thông điệp của nó có vẻ đáng tin đối với cô bé quàng khăng đỏ. Libby Mọt sách, nhóm người tại Juicyburger Dinner và bà ngoại đều là nguồn. Người nhận sẽ nhận biết những người này như là người gửi, bất kể sự thật có như vậy hay không. Hình 9-2 cập nhật minh họa của chúng tôi về quy trình truyền thông.

Hình 9-2

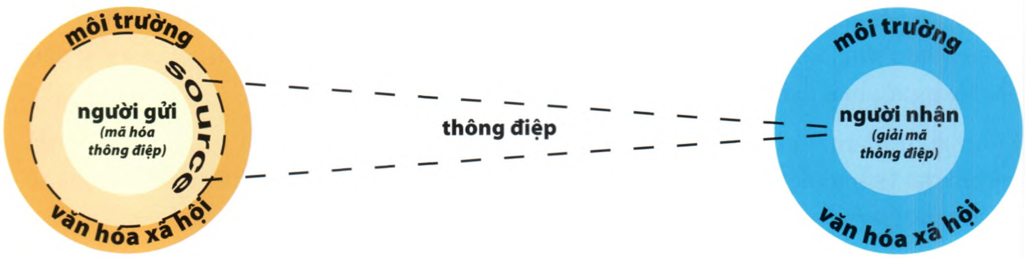
Biểu đồ truyền thông: Nguồn.



Môi trường văn hóa xã hội

Theo cách nào đó, mỗi người gửi phải mã hóa thông điệp bằng cách chọn và kết hợp các từ với biểu tượng để tạo ra thông điệp đó. Tuy nhiên, mỗi người gửi sẽ thực hiện các lựa chọn một cách tự nhiên theo hiểu biết của mình về ý nghĩa hàm chứa trong ngôn ngữ và biểu tượng, dựa vào vốn trải nghiệm của riêng họ. Việc mã hóa (encode) thông điệp sẽ được lọc (filter) qua môi trường văn hóa xã hội (sociocultural environment) của người gửi - là thực tại về xã hội và văn hóa do người gửi tiếp nhận được trong mối tương quan với thế giới. Người nhận cũng tồn tại trong môi trường văn hóa xã hội và sẽ giải mã (decode) thông điệp dựa vào hiểu biết của cá nhân họ về ngôn ngữ cũng như biểu tượng.

Do đó, bạn thấy rằng người gửi có thể tăng khả năng truyền tải thông điệp thành công bằng cách lựa chọn ngôn ngữ cũng như biểu tượng có khả năng giao tiếp hiệu quả với đối tượng khán giả mục tiêu cụ thể. Trong Hình 9-3, chúng tôi bổ sung các bước mã hóa và giải mã vào quy trình truyền thông.



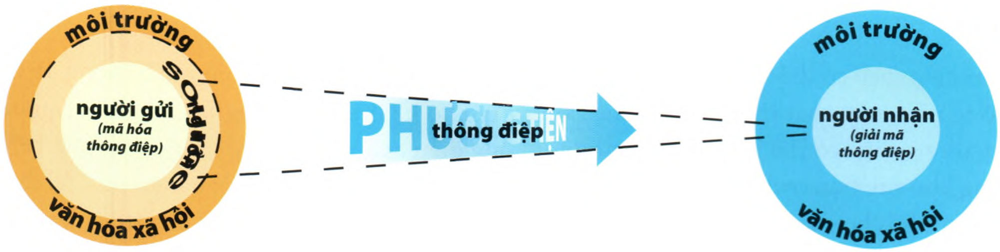
Hình |9-3|

Biểu đồ truyền thông: Mã hóa và giải mã.

Phương tiện truyền thông

Người gửi cũng phải chọn một *phương tiện truyền thông (medium)* để gửi thông điệp. Ví dụ, người gửi có thể in thông điệp trên một tờ brochure, tờ rơi, tạp chí hoặc trên biển quảng cáo lớn ngoài trời. Họ cũng có thể mua một quảng cáo thương mại trên truyền hình hay đài phát thanh, hoặc gửi các tài liệu in ấn qua đường bưu điện.

Hãy tiếp tục với ví dụ của chúng tôi, có lẽ Hội đồng quản trị của NAL sẽ bỏ phiếu cho việc quảng cáo trên một tạp chí dành cho trẻ em, cô Frank sẽ cho in những tờ rơi chứa thực đơn mang về để phát cho khách hàng cố định và tiềm năng, còn con sói sẽ gửi thư mời bữa tối qua đường bưu điện. Trong các trường hợp này, mỗi vật thể như tạp chí, tờ rơi và thư mời đại diện cho những phương tiện truyền thông mà người gửi dùng để truyền tải thông điệp tới đối tượng khán giả mục tiêu. Hình 9-4 minh họa quy trình truyền thông sau khi thêm vào phương tiện truyền thông. Lưu ý rằng, phương tiện này chứa thông điệp.



Hình 9-4

Biểu đồ truyền thông: Phương tiện truyền thông.

Nhiễu

Không may cho người gửi là, nhiều chướng ngại vật có thể can thiệp vào việc truyền tải thành công thông điệp dự tính. Ta gọi những chướng ngại vật này là *nhiễu (noise)*, đặt tên theo dạng âm thanh tĩnh mà ta nghe trên đài phát thanh khi tín hiệu bị can thiệp. Nhiễu làm gián đoạn truyền thông thị giác có xu hướng xảy ra tại ba điểm then chốt dọc theo lộ trình truyền đạt mà chúng ta thiết lập.

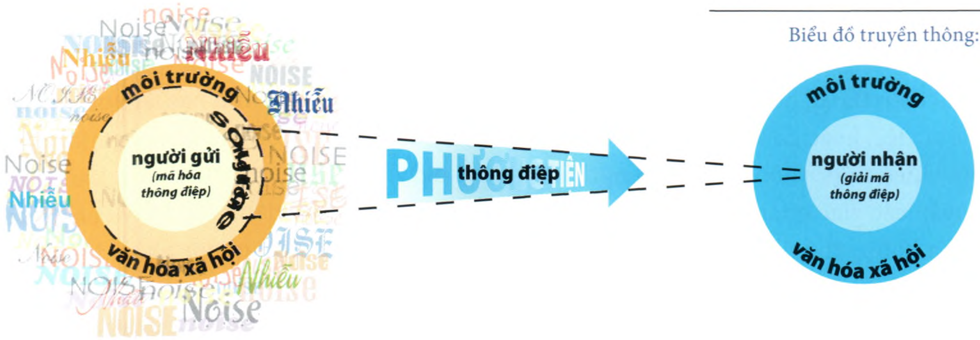
Ngữ nghĩa

Trước tiên, nhà thiết kế phải để phòng tình trạng nhiễu có thể xảy ra khi lựa chọn ngôn ngữ và biểu tượng cho thông điệp. Nhà thiết kế cần đảm bảo hiểu được thông điệp mà khách hàng (hoặc người gửi) muốn truyền đi, đồng thời nắm rõ đối tượng khán giả là ai. Công việc của nhà thiết kế chính là lựa chọn từ ngữ cũng như biểu tượng truyền tải được ý nghĩa phù hợp đến đối tượng người nhận mục tiêu. Nhà thiết kế phải tìm hiểu đầy đủ về môi trường văn hóa xã hội của người nhận, để có thể chọn được biểu tượng cũng như ngôn ngữ có ý nghĩa và phù hợp cho quá trình truyền tải thông điệp.

Ví dụ, nếu NAL tạo một quảng cáo bằng vốn từ ở cấp độ sinh viên mới tốt nghiệp, các em học sinh không thể hiểu được quảng cáo đó. Nếu cô Frank chọn các ký hiệu không gợi ra cảm giác khoái khẩu cho khách hàng của mình, hoặc khiến khách cảm thấy khó chịu, có thể họ sẽ không muốn ghé qua quán ăn của cô. Nếu con sói dùng dấu chân thay vì chữ cái để viết thông điệp, cô bé quàng khăn đỏ không thể hiểu được thư mời. Ở Hình 9-5, chúng tôi bổ sung nhiễu về ngữ nghĩa (semantic noise) để minh họa cho quy trình truyền thông.

Hình 9-5

Biểu đồ truyền thông: Nhiễu về ngữ nghĩa.



Nhiễu bên trong

Điểm tiếp theo có thể xảy ra nhiễu là bên trong phương tiện truyền thông chứa thông điệp. Giống như máy phát thanh có tín hiệu tĩnh gây khó khăn cho việc nghe giọng của người nói, thông điệp có thể bị bỏ qua vì những thông điệp cạnh tranh hay các quãng ngắt bên trong phương tiện truyền thông, hoặc vì cách bố cục hay địa điểm không hiệu quả. Ví dụ, NAL có thể chọn một tờ tạp chí dành cho thanh thiếu niên thay vì dành cho trẻ em, hoặc mẩu quảng cáo đó có thể bị đưa ra bìa sau tờ tạp chí, là nơi trẻ em hiếm khi xem tới. Tờ rơi thực đơn của cô Frank có thể được trình bày với một bố cục lộn xộn, khiến khách hàng quay sang đặt thức ăn từ quán ăn cạnh tranh khác. Bố cục thư mời ăn tối của con sói có thể mang hình thức giống với tấm thiệp chúc mừng ngày lễ nào đó, và cô bé quàng khăn đỏ có thể không bao giờ nhận ra đây thực sự là một thư mời. Trên Hình 9-6, bạn có thể thấy nhiễu bên trong (internal noise) xảy ra trong phương tiện truyền thông chứa thông điệp.



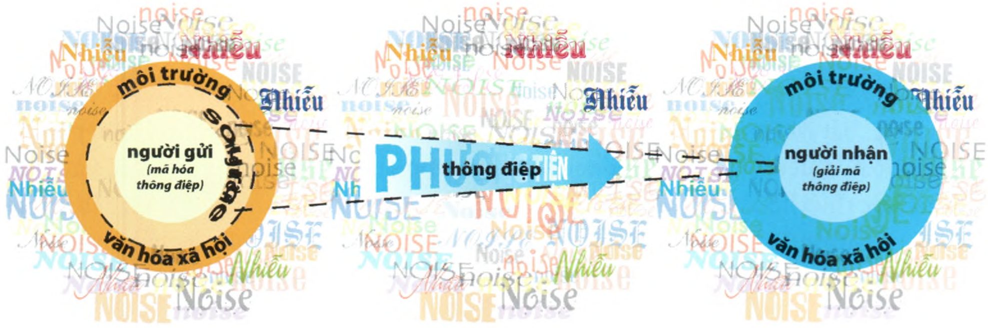
Hình |9-6|

Biểu đồ truyền thông: Nhiễu bên trong.

Nhiễu bên ngoài

Nguồn nhiễu thứ ba xuất phát từ các thông điệp khác bên ngoài phương tiện truyền thông, và chúng vốn là đối thủ cạnh tranh thu hút sự chú ý của người nhận. Những tạp chí khác trên quầy báo có thể khiến các em học sinh sao nhãng, dẫn đến không mua tờ tạp chí đăng mẩu quảng cáo của NAL. Những quán ăn khác trên con đường dẫn tới quán Juicyburger Dinner có thể trông hấp dẫn tương đương và thuận tiện hơn đối với các khách hàng tiềm năng. Những bức thư khác trong hộp thư có thể làm cô bé quàng khăn đỏ sao nhãng và thậm chí không mở thư mời đến nhà bà ngoại. Ngoài ra, người nhận có thể nhận được cuộc gọi điện thoại, hoặc thư điện tử, hoặc bật chương trình truyền hình hay làm bài tập về nhà, làm việc, hoặc có khách - tất cả những điều này đều có thể ngăn họ không nhìn thấy, đọc hay hiểu được thông điệp của người gửi. Mỗi ngày luôn có lượng thông tin khổng lồ tràn ngập các giác quan của chúng ta, cái nào cũng muốn tranh giành sự chú ý của ta, và chúng ta không thể tiêu hóa tất cả những thông điệp này được. Mọi người nhận đều chọn ra thông điệp nào cần tập trung, cũng như cái nào cần bỏ qua. Công việc của nhà thiết kế chính là thu hút được sự chú ý của người nhận, truyền đạt thông điệp hiệu quả theo cách

dễ hiểu đối với người nhận, đồng thời tạo ấn tượng để khiến họ ghi nhớ và hành động theo thông điệp. Trong Hình 9-7, nhiễu bên ngoài (external noise) được đưa vào quy trình truyền thông.



Hình |9-7|

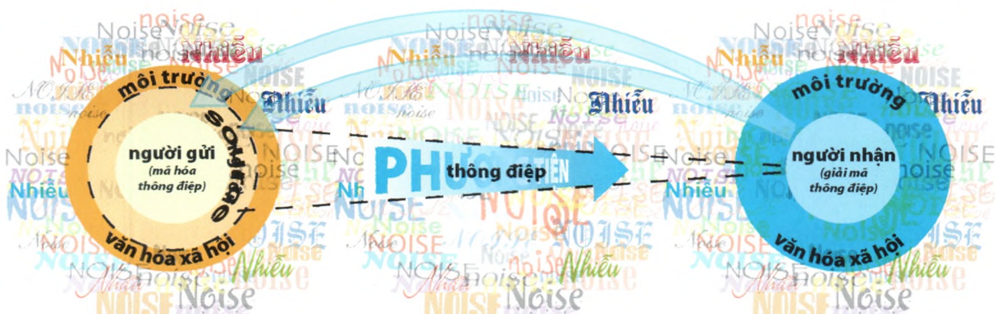
Biểu đồ truyền thông: Nhiễu bên ngoài.

Phản hồi

Bước cuối cùng trong quy trình truyền thông là *phản hồi (feedback)*. Đôi khi, người nhận sẽ cung cấp phản hồi cho thông điệp bằng cách gửi chính thông điệp của mình đến nguồn gửi, hoặc đến phương tiện truyền thông. Chẳng hạn, một đứa trẻ có thể viết thư gửi đến nguồn Libby Mọt sách, kể về cuốn sách cậu bé yêu thích. Một phụ huynh có thể gửi thư điện tử đến biên tập viên của một tờ tạp chí, cảm ơn họ đã in quảng cáo của NAL. Cô bé quàng khăn đỏ có thể gọi điện cho bà ngoại để báo tin rằng cô bé không ghé thăm bà được. Đôi khi, người gửi xin phản hồi từ người nhận, bởi đây là một cách hiệu quả để biết được quy trình truyền thông đó hoạt động hiệu quả ra sao. Ví dụ, cô Frank có thể để lại bảng câu hỏi (questionnaire) trên bàn, xin khách hàng đánh giá dịch vụ và thức ăn họ nhận được. Hình 9-8 minh họa giai đoạn cuối cùng của quy trình truyền thông: Phản hồi. Lưu ý, tương tự thông điệp của người gửi, phản hồi của người nhận cũng phải đi qua nhiễu về ngữ nghĩa, nhiễu bên trong và nhiễu bên ngoài để tới được đối tượng khán giả mục tiêu.

Hình |9-8|

Biểu đồ truyền thông: Phản hồi.



Các hàm ý của lý thuyết truyền thông

Hiểu rõ lý thuyết truyền thông có thể đem lại cho nhà thiết kế những nhận thức hữu dụng liên quan đến việc thiết kế cho một đối tượng khán giả. Trước tiên, người nhận là các cá nhân tham gia chủ động vào quy trình truyền thông - chứ không phải là người nhận thụ động với thông tin không được đề cập. Người nhận sẽ chọn có hành động hay không hành động trước thông tin mới, tùy theo bối cảnh văn hóa xã hội của chính họ.

Một hàm ý khác cho rằng, bất cứ thông điệp nào cũng có thể hoặc không thể được khán giả tiếp nhận chính xác hoặc đầy đủ, do bị nhiễu làm cho biến dạng hoặc làm cho sao nhãng. Nắm rõ vấn đề này giúp nhà thiết kế tạo ra được các thiết kế súc tích, định hướng độc giả từ thông tin quan trọng nhất đến thông tin ít quan trọng nhất. Nhận thức này còn giúp nhà thiết kế xem xét tổng thể thiết kế của mình - và có tính đến chuyện họ phải đương đầu với các thông điệp cạnh tranh cả trong lẫn ngoài tầm dự đoán.

Điểm quan trọng thứ ba là người gửi có thể làm tăng tính hiệu quả của quá trình truyền tải thông điệp bằng cách yêu cầu phản hồi sớm và thường xuyên. Đây là lý do tại sao với vai trò nhà thiết kế, chúng ta nên phê bình tác phẩm mình tạo ra trước khi hoàn tất nó - để ta có thể "mài giũa" thông điệp xuyên suốt quy trình thiết kế, giúp đẩy mạnh truyền thông hiệu quả trong khi vẫn tận dụng được tối đa thời gian của bản thân.

Hàm ý cuối cùng có thể tác động đến tất cả chúng ta trong vai trò là khách hàng. Khi nhận ra nguồn không phải lúc nào cũng cần đảm nhiệm vai trò là người thực sự gửi đi những thông điệp mà ta nhận được, chúng ta sẽ có cảm hứng để thực hành một số lối nghĩ hoài nghi và tư duy phản biện lành mạnh dưới vai trò là người nhận thông tin trong quy trình truyền thông.

CỘNG HƯỞNG ĐỒ HỌA

Cộng hưởng đồ họa (graphic resonance) là một khái niệm quan trọng giúp nhà thiết kế cải thiện bản chất truyền thông trong thiết kế của họ. Cộng hưởng đồ họa chỉ giọng điệu (tone) ẩn giấu đằng sau một bản thiết kế. Nhà thiết kế thiết lập giọng điệu đó bằng cách tận dụng các **yếu tố ngụ ý (connotative element)** trong thiết kế; tức là, các yếu tố khơi lên cảm xúc hoặc gợi ra mối liên hệ với những trải nghiệm và ký ức quen thuộc. Thông điệp thứ hai mà các ngụ ý (connotation) truyền tải được có thể sẽ đem lại hiệu quả cao, do đó cần được áp dụng với tư duy sâu sắc.

Khi nói, ta thiết lập giọng điệu cho thông điệp của mình bằng những ảnh hưởng lan truyền của giọng điệu, cử chỉ và nét mặt. Do chữ in đã bỏ qua những cách truyền đạt này, nên nhà thiết kế phải sử dụng các kỹ thuật khác để tạo cộng hưởng đồ họa. Như bạn thấy ở các ví dụ bên dưới, nhà thiết kế có thể lựa chọn, thiết đặt vị trí và xử lý văn bản theo những cách làm cho chữ khớp với thông điệp để tạo được hiệu ứng nhấn mạnh, lặp lại hay hòa hợp; hoặc, họ có thể cố tình làm cho chúng không khớp nhau, nhằm tạo ra sự mỉa mai, ngạc nhiên hay không hòa hợp. Được sử dụng theo cách sáng tạo, chữ về mặt vật lý sẽ gợi ra được một trạng thái, một khoảng thời gian, một trải nghiệm quen thuộc, một hiện tượng văn hóa hay một hành động.

Đối với việc truyền tải thông điệp, cộng hưởng đồ họa cũng quan trọng như tính rõ ràng. Một số nhà thiết kế lập luận rằng, cộng hưởng đồ họa thậm chí còn quan trọng hơn. Bố cục ở Hình 9-9 cảnh báo các nhà thiết kế cần tránh bị lệ thuộc quá nhiều vào tính rõ ràng, khiến quá trình truyền đạt trở nên kém

hiệu quả. Đối với mỗi thiết kế bạn tạo ra, hãy cân nhắc các yêu cầu về tính rõ ràng và phong cách, nhằm tạo được sự cân bằng hợp lý. Bạn cần xác định cách kết hợp thích đáng nhất giữa cộng hưởng đồ họa và tính rõ ràng cho từng thách thức cụ thể trong thiết kế, nhằm tối ưu hóa hoạt động truyền thông. Sự cân bằng chính xác cho mọi thiết kế đều phụ thuộc vào những yếu tố như: Đối tượng khán giả mục tiêu, yêu cầu phương tiện truyền thông chứa thông điệp của bạn và mong muốn của khách hàng.



Hình |9-9|

Thiết kế *Legibility vs. Communication* (tạm dịch: *Tính rõ ràng và Truyền thông*) do David Carson thiết kế, thuộc Công ty Thiết kế David Carson, 1997.

Định nghĩa tính sáng tạo

Người sáng tạo có khả năng hình dung ra một chuỗi giải pháp luân phiên cho một vấn đề hay thách thức nào đó. Đôi khi, việc áp dụng các giải pháp "thử và đúng" ("tried and true") hiển nhiên nhất có thể hợp lý, song lại không thể cho ra những kết quả sáng tạo nhất. Để biểu đạt tính sáng tạo (creativity), nhà thiết kế phải sẵn sàng dành thời gian cũng như công sức vào việc phát minh và suy xét các chiếc lược mới mẻ, khác biệt, nhằm đạt được mục tiêu. Đôi khi, các giải pháp sáng tạo mới mẻ lại tốt hơn những giải pháp được nhiều người chấp nhận, lúc khác lại không như vậy.

Các nhà thiết kế liên tục bị thách thức phải vận dụng khả năng sáng tạo để đem đến cho chữ những phẩm tính có sức gợi và sức biểu đạt tốt nhất; tức là, những phẩm tính khơi dậy được cảm xúc cũng như các mối liên hệ. Những nhà thiết kế táo bạo hơn sẽ thử dùng chữ theo các cách thức mới mẻ, một số người còn định hình hẳn một trào lưu. Tuy nhiên, khi hình dung ra vô vàn trường hợp khả thi về cách truyền đạt thông điệp của khách hàng, nhà thiết kế cũng phải bị ràng buộc theo tầm nhìn và hạn chế của khách hàng họ đang phục vụ. Khi đã tìm ra những cách thức sáng tạo để biểu đạt tầm nhìn của khách hàng tới đối tượng khán giả mục tiêu - trong khuôn khổ các rào cản về hạn chế tài chính, sở thích và định kiến của khách hàng - đó cũng là lúc nhà thiết kế đem lại cho mỗi thiết kế một thách thức.

Nguồn cảm hứng sáng tạo

Nhà thiết kế có thể khơi dậy cảm hứng sáng tạo của họ bằng cách nào? Những nhà thiết kế đặc biệt sáng tạo sẽ bảo bạn rằng họ có thể đi đến các ý tưởng sáng tạo thú vị, bởi vì họ sẵn sàng tiến hành brainstorming và suy xét hàng loạt ý tưởng thu được từ quá trình này. Khi bạn tiến hành brainstorming, tốt nhất đừng từ chối hoặc "phải lòng" bất cứ ý tưởng nào ngay lập tức. Hãy nhớ rằng, luôn có nhiều hơn một giải pháp đúng cho bất kỳ vấn đề

thiết kế nào; bạn cứ cởi mở để sẵn sàng suy xét nhiều giải pháp khác nhau. Hãy nghĩ về sức cộng hưởng đồ họa bạn hy vọng đạt được trong thiết kế của mình; bạn có thể đưa những dấu hiệu thị giác nào vào thiết kế để gợi được ý tưởng và trạng thái cần truyền tải đến đối tượng khán giả mục tiêu? Điều này đồng nghĩa rằng, bạn phải nghiên cứu các sở thích cũng như biểu tượng có ý nghĩa đối với khách hàng của bạn. Việc này cũng có thể bao gồm quá trình nghiên cứu, đánh giá cách các nhà thiết kế đương thời và trước đây đã áp dụng để giải quyết những vấn đề thiết kế tương tự.

Nhà thiết kế sáng tạo cũng luôn giữ cho mình tầm nhìn rộng mở, liên tục đánh giá và tận hưởng những gì họ thấy. Họ không e ngại phải tháo gỡ các ý tưởng thị giác rồi tái kết hợp chúng lại thành cái mới khác. Chỉ cần chú ý đến các yếu tố kích thích thị giác cũng có thể giúp thúc đẩy khả năng sáng tạo. Lưu giữ một cuốn scrapbook (vở dán bài rời) chứa nhiều ảnh và cách sử dụng chữ bạn thấy hấp dẫn có thể giúp bạn phân tích cũng như tổ chức ý tưởng của bản thân. Ghi lại ấn tượng của mình về những hình ảnh bạn thu thập được có thể giúp bạn hiểu thấu đáo hơn về sở thích và phản ứng của bản thân trước những thứ mình thấy. Đừng tự giới hạn bản thân ở những nguồn định sẵn cho nhà thiết kế, như sách, tạp chí và các trang Web về thiết kế. Hãy quan sát xung quanh bạn, từ vật nhân tạo đến tự nhiên, hãy xem xét những loại hình nghệ thuật thu hút mọi giác quan và liên hệ trải nghiệm của bạn với các biểu hiện thị giác. Bằng cách này, bạn có thể nâng cao nhận thức của bản thân về những thứ xung quanh, cũng như tìm ra được nhiều ý tưởng phục vụ cho mục đích riêng.

Tuân thủ và phá vỡ các "quy tắc"

Ở các chương trước, chúng ta đã bàn về nhiều "quy tắc" hướng dẫn cách sử dụng chữ. Hầu hết các quy tắc này đều nhằm phát huy tính rõ ràng, hoặc phục vụ cho những sở thích và truyền thống văn hóa hiện tồn. Các quy tắc typography có một số chức năng quan trọng. Sử dụng chữ theo cách truyền thống có thể ngăn hình thức vật lý của chữ không cạnh tranh với phần nội dung thông điệp mà nó hàm chứa. Tính dễ đoán của việc sử dụng chữ theo cách thức quy ước có thể làm tăng tính dễ đọc, từ đó giúp tăng khả năng lĩnh hội của độc giả. Ngoài ra, hiểu biết chung về cách chữ vận hành có thể giúp quy trình in ấn diễn ra suôn sẻ hơn, bởi như vậy bạn có thể dễ dàng truyền tải các thông số kỹ thuật, cũng như dễ dàng nhận diện và sửa lỗi.

Tuy nhiên, nhà thiết kế nào dám liều lĩnh phá vỡ các quy tắc truyền thống để thử nghiệm với chữ có thể tạo ra được kênh giao tiếp (channel) mới cho thiết kế, đồng thời khởi sự các khuynh hướng và truyền thống mới. Nhà thiết kế hiểu được các "quy tắc" typography có thể đưa ra quyết định am tường về cách thức và thời điểm phá vỡ những quy tắc này, nhằm thu được kết quả tốt nhất. Bạn luôn phải phá vỡ các quy tắc typography theo một quyết định có ý thức, được thôi thúc bằng những lý giải và chiến lược có thể biện hộ được. Thông thường, nếu thiết kế của bạn phá vỡ các quy tắc typography vốn được nhiều người chấp nhận, bạn sẽ được yêu cầu dùng một lập trường thiết kế nào đó để biện minh cho lối đi chệch hướng khỏi truyền thống trước khách hàng và những nhà thiết kế khác - do đó, hãy chuẩn bị tinh thần để giải thích về lựa chọn của bạn.

Thuật ngữ

cộng hưởng đồ họa (graphic resonance): giọng điệu ẩn giấu đằng sau thiết kế, được thiết lập bằng cách tận dụng các yếu tố ngụ ý trong bản thiết kế.

yếu tố ngụ ý (connotative element): khơi lên cảm xúc hoặc gợi ra mối liên hệ với những trải nghiệm và ký ức quen thuộc.

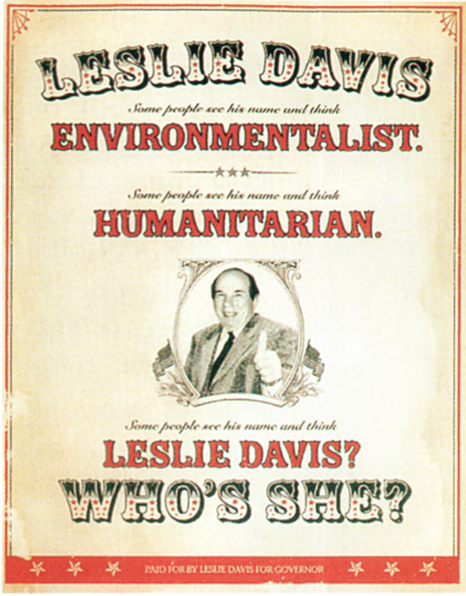
CÁC CHIẾN LƯỢC SÁNG TẠO

Có vô vàn lựa chọn typeface sẵn dùng cho các nhà thiết kế; bạn có thể tải về miễn phí nhiều typeface trong số này từ Internet. Một số được thiết kế tốt hơn các typeface khác, song bất kể tính toàn vẹn cấu trúc, tính nhất quán và tính rõ ràng ra sao, nhiều typeface vẫn có khả năng khơi gợi những phẩm tính về cảm xúc mà bạn muốn nếu được áp dụng cẩn thận.

Nhà thiết kế dùng nhiều chiến lược khác nhau để áp dụng văn bản một cách sáng tạo theo những phương thức có thể tạo ra cộng hưởng đồ họa. Như thường lệ, nhà thiết kế cố gắng cân bằng yêu cầu về tính rõ ràng với phong cách để truyền tải thông điệp hiệu quả nhất. Đôi khi, nhà thiết kế sử dụng kiến thức của mình về các tiêu chuẩn typography để định hướng cho thiết kế của họ, đôi lúc họ lại dùng kiến thức đó để tạo ra những hướng đi xoay quanh các "quy tắc" truyền thống của typography. Một số công cụ được nhà thiết kế sử dụng để thiết lập cộng hưởng đồ họa bao gồm: Hàm thụ trực quan, châm biếm trực quan, phóng đại trực quan, nhịp điệu trực quan và làm méo nhiễu hình.

Hàm thụ trực quan

Khi một typeface dùng hình ảnh củng cố phần nội dung văn bản bằng cách tạo ra các mối liên hệ với những trải nghiệm, khoảng thời gian hay hiện tượng văn hóa quen thuộc, hình thức này gọi là **hàm thụ trực quan (visual correspondence)**. Ví dụ, font chữ gỗ (wood type font) của thế kỷ 19 được sử dụng trong poster chính trị như minh họa ở Hình 9-10 đã khơi dậy sức cộng hưởng trực quan về "những ngày xưa" yêu nước, là yếu tố khiến ứng viên có vẻ dễ gần, dễ thương, truyền thống và tận tâm với chính nghĩa của mình, trong khi phần nội dung văn bản lại chứng tỏ ứng viên này có khiếu hài hước. Ở Hình 9-11, mẫu hình vân tay của typeface đó gợi ra một cách tinh tế dòng chữ "art is…" ("nghệ thuật là…"), bàn về tính cá nhân của việc thể hiện. Sự liên hệ này dựa trên thực tế rằng, nền văn hóa của chúng ta nhận diện vân tay như một dấu hiệu của danh tính cá nhân.



Hình |9-10|

Poster về Leslie Davis do Glenn Gray thuộc Công ty Clarity Coverdale Fury thiết kế cho chiến dịch *Leslie Davis for Governor* (tạm dịch: *Leslie Davis tranh cử cho chức Thống đốc*), 2003.



Hình |9-11|

Poster *Art Is* (tạm dịch: *Nghệ thuật là*), được Paula Scher thuộc Công ty Thiết kế Pentagram sáng tạo cho Trường Nghệ thuật Thị giác (School of Visual Arts).

Châm biếm trực quan

Đôi khi, nhà thiết kế sử dụng lối **châm biếm trực quan (visual irony)**, đưa vào chất châm biếm và ngạc nhiên để chuyển nhanh thông điệp của mình tới khán giả, bằng cách chọn các typeface tương phản với nội dung văn bản. Ở Hình 9-12, Công ty Thiết kế chữ Linotype cố tình làm typeface không khớp với thông điệp, nhằm nhấn mạnh sự lựa chọn typeface phong phú của họ. Bức ảnh trình bày một font kỳ quái và thanh thoát tới mức không phù hợp, với dòng chữ viết "NYPD POLICE (CẢNH SÁT THUỘC NYPD - trong đó, NYPD là viết tắt của New York Police Department, tức Sở Cảnh sát New York) ở một bên xe cảnh sát. Dòng chữ bên dưới ghi "More than 5,500 original typefaces - also the right one!" ("Hơn 5.500 typeface gốc - cũng có một typeface phù hợp!").

Ở Hình 9-13, nhà thiết kế tạo ra một ý nghĩa châm biếm trực quan bằng cách đặt các chủ đề tương phản về tự nhiên và công nghệ ở cạnh nhau - biến những hạt ngô thành bàn phím máy tính, ở ngay phần lõi của bắp ngô!

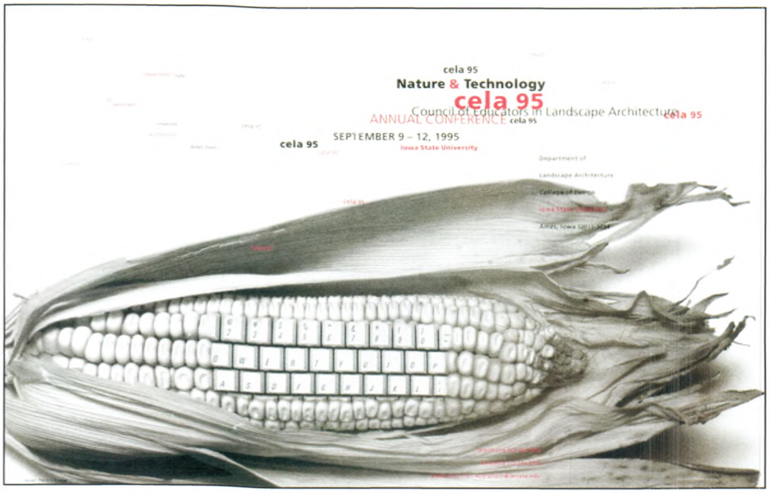
Hình |9-12|

Quảng cáo *Police Car* (tạm dịch: *Xe cảnh sát*), 2004. *Ảnh do Công ty Linotype Library GmbH cung cấp.*



Hình |9-13|

Poster cho *Hội nghị Cela95 của Hội đồng Các nhà giáo dục Tự nhiên & Công nghệ (Cela95 Nature & Technology Council of Educators)*, được Paula J. Curran, Khoa Nghệ thuật và Thiết kế của Đại học Bang Iowa thiết kế cho Hội đồng Các nhà giáo dục tại Landscape Architecture, 1995.



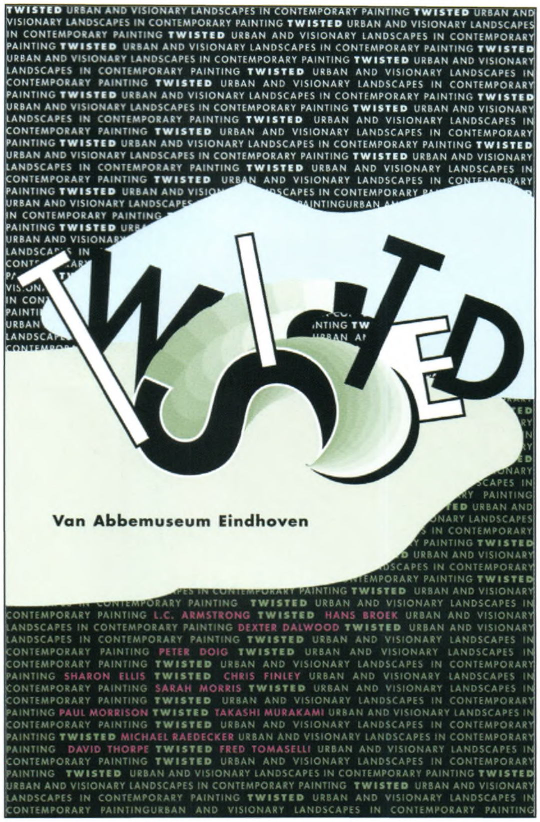
Phóng đại trực quan

Nội dung còn có thể được củng cố nhờ áp dụng phương thức **phóng đại trực quan (visual exaggeration)** cho chữ, bằng cách đặt văn bản theo những cách thức dường như sẽ hành động theo nội dung của văn bản, hoặc cố gắng mô phỏng trải nghiệm đang được mô tả. Ở Hình 9-14, các chữ cái được sắp sao cho chữ "Twisted" ("Xoắn xuýt") trông có vẻ xoắn và vặn vẹo.

Nhịp điệu trực quan

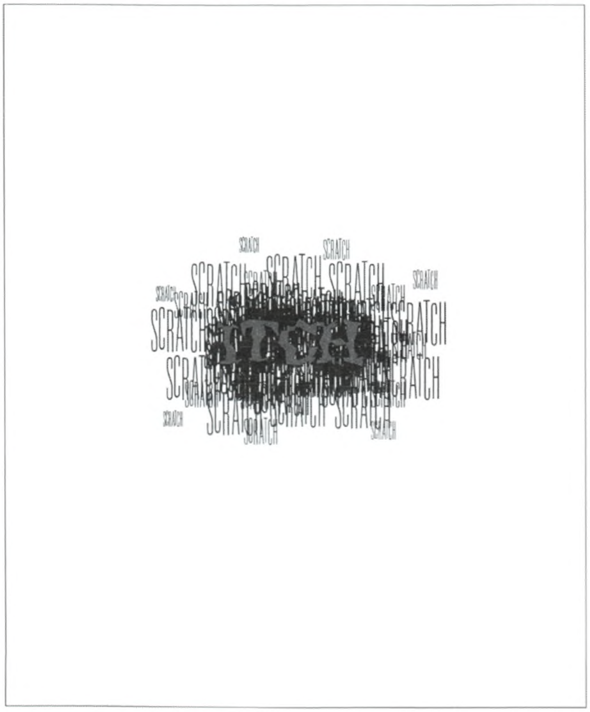
Nhà thiết kế dùng các kiểu nhịp điệu để tạo cộng hưởng đồ họa cho thiết kế. Có thể đạt được **nhịp điệu trực quan (visual rhythm)** bằng cách ứng dụng sáng tạo nguyên lý của sự lặp lại, sự chồng lấp, chuyển động, căn gióng, giãn cách, sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc cũng như độ tương phản, nhằm thu được những kết quả thú vị và tươi mới.

Hình 9-15 áp dụng nguyên lý của sự lặp lại, chồng lấp và các kiểu chữ khơi gợi cảm xúc, nhằm mô phỏng trực quan hành động gãi một chỗ ngứa dai dẳng.



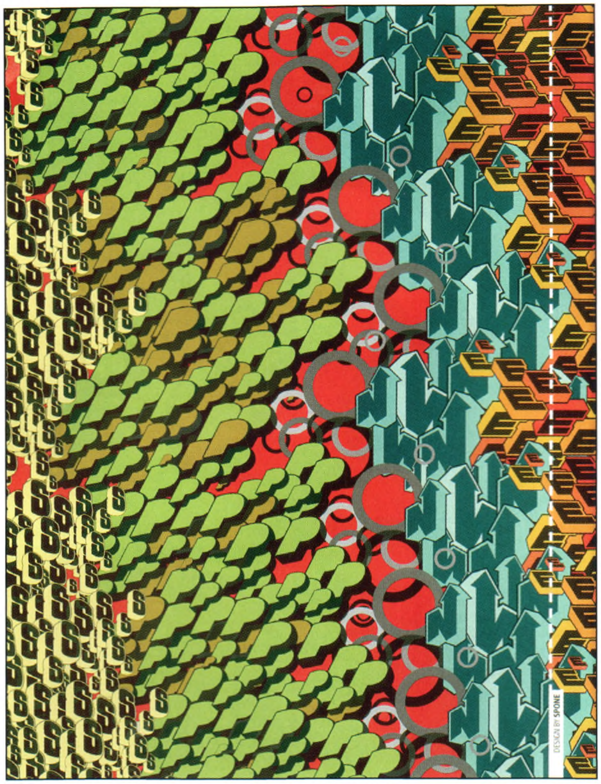
Hình |9-14|

Bìa cuốn sách *Twisted* (tạm dịch: *Xoắn xuýt*), được Arlette Brouwers & Koos van der Meer thuộc studio de pal (Hà Lan) thiết kế cho Nhà xuất bản NAI năm 2001.



Hình |9-15|

Thiệp mừng Ngày lễ Tự quảng bá, *Scratch and Itch* (tạm dịch: *Gãi và Ngứa*), được Chris Froeter của Công ty Thiết kế Froeter sáng tạo năm 1996.



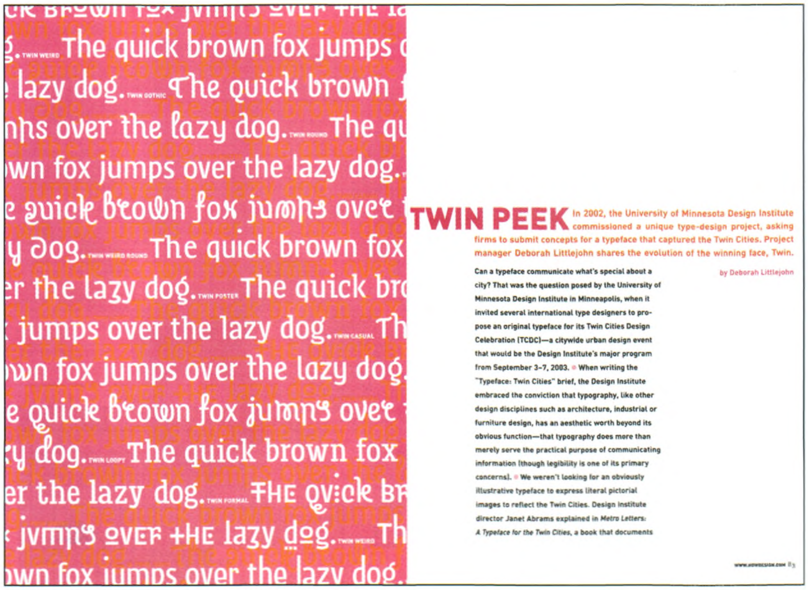
Hình |9-16|

Bản thiết kế giấy bao bì tự quảng bá, được Greg Lamarche của SPONE thiết kế năm 2003.

Lặp lại

Trong Hình 9-16, nhà thiết kế đã tạo một thiết kế giấy bao bì cách tân nhờ áp dụng nguyên lý của sự lặp lại (repetition). Các ký tự lặp đi lặp lại được ghép với nhau, nhằm tạo ra cảm giác sôi nổi. Mỗi nhóm chữ cái được xác định rõ ràng từ các nhóm khác thông qua việc sử dụng màu sắc tương phản, hình dạng, phương hướng và tính phân chiều (dimensionality), để mỗi nhóm chữ cái hiện ra rõ ràng như một chữ. Mặc dù có hàng trăm chữ cái, song độc giả vẫn dễ dàng nhận ra từ SPONE. Đây là hoạt động tự quảng bá hiệu quả, bởi cộng hưởng đồ họa trong thiết kế này hàm chỉ tính linh hoạt chủ động và sự táo bạo, tự tin của nhà thiết kế, SPONE.

Trong Hình 9-17, các dải lặp lại của các dòng chữ trắng và cam lớn, nhỏ đã thiết lập nên một nhịp điệu đảo phách (syncopated rhythm), có khả năng tạo ra một cộng hưởng đồ họa lạc quan, tươi tắn. Việc gấp đôi số dòng chữ cũng tương quan với phần nội dung của tiêu đề "Twin Peek" đi kèm, vốn đề cập đến một dự án thiết kế typeface tôn vinh Twin Cities (Hai thành phố Sinh đôi - ý chỉ thành phố Minneapolis và St. Paul của Mỹ).

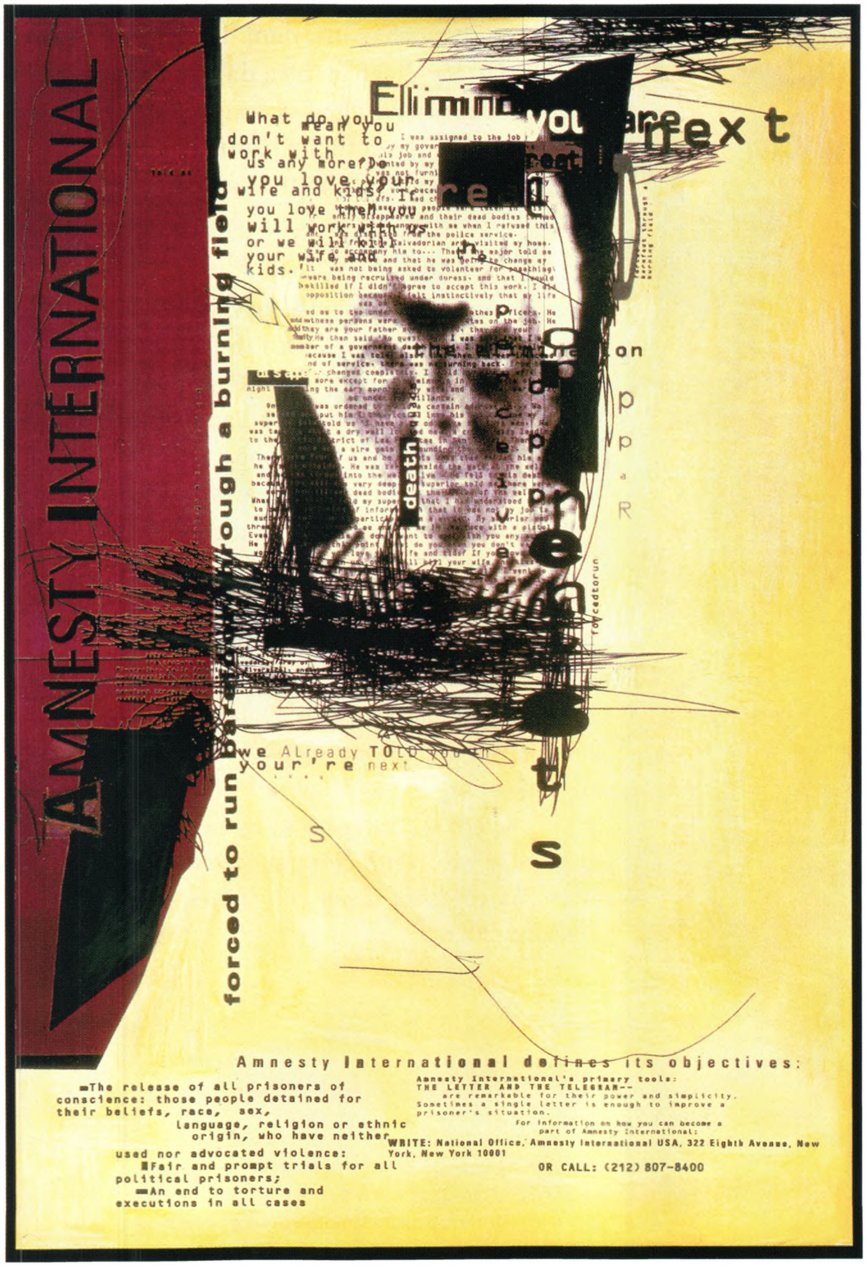


Hình |9-17|

Trang đôi tạp chí *Twin Peek*, được Tricia Bateman thiết kế cho Tạp chí *HOW* năm 2004.

Chồng lấp

Tấm poster minh họa ở Hình 9-18 trình diễn một cộng hưởng đồ họa tối màu hơn nhiều. Các letterform chồng lấp được giãn cách vụng về, các nét chữ giận dữ và cách kết hợp hình ảnh không rõ ràng tạo nên một nhịp điệu gây bất an, rời rạc, biểu thị một giọng điệu bất hòa, gây rối và đáng sợ - nhấn mạnh bản chất gây bất an của sự bất công xã hội mà Tổ chức Ân xá Quốc tế (Amnesty International) tồn tại để chống lại, đồng thời nhấn mạnh tính bức thiết trong sứ mệnh của họ.



Hình |9-18|

Poster được Joan Dobkin thiết kế cho Tổ chức Ân xá Quốc tế năm 1991.



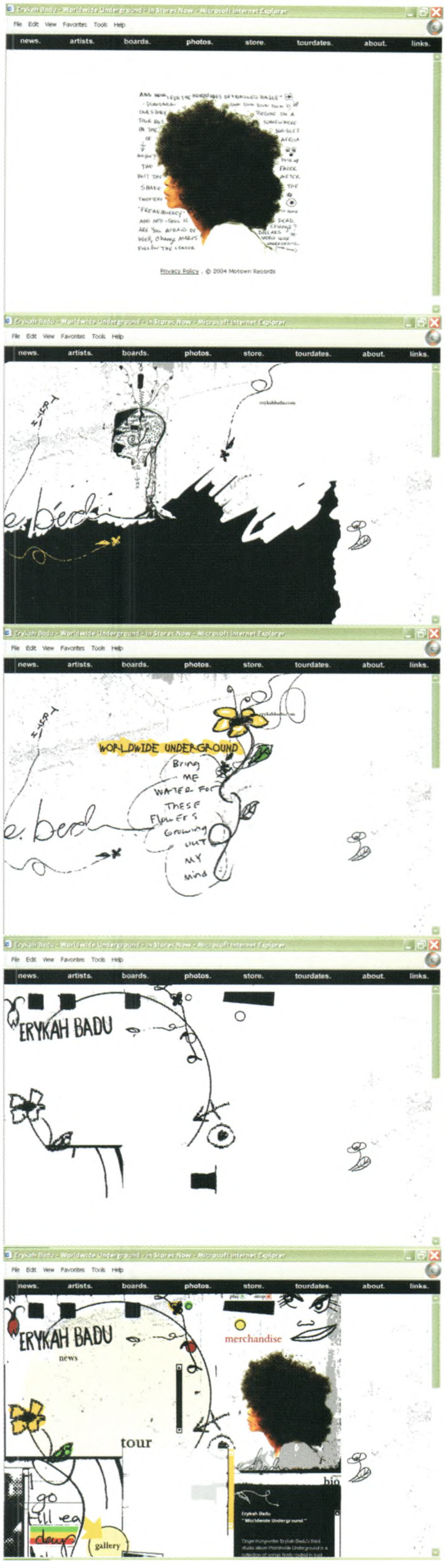
Chuyển động

Nhà thiết kế của tấm poster minh họa ở Hình 9-19 đã áp dụng nhiều kỹ thuật khác nhau để tích hợp đoạn văn bản với hình ảnh theo những cách có thể tạo ra cảm giác về sự chuyển động và cộng hưởng đồ họa vui nhộn, đầy sinh lực. Nhân vật tung hứng các chữ cái đọc thành "Bumbershoot 1989" - chuyển động của những chữ cái này được chỉ ra nhờ các dòng chữ động chạy bên dưới. Những cánh tay và khuôn mặt lặp đi lặp lại biểu diễn các chuyển động theo thời gian của nghệ sỹ tung hứng. Logo xoay vòng chồng lấp trên thùng rượu mà người nghệ sỹ đang giữ thăng bằng cho thấy nó đang lăn, còn cái trò mà anh ta biểu diễn trước đám đông kinh ngạc vừa tạo cảm giác hồi hộp vừa gây sửng sốt.

Các phương tiện truyền thông kỹ thuật số cho phép nhà thiết kế thêm chiều kích thời gian vào thiết kế của mình để chuyển động trông giống như thật. Trong trang Web của Erykah Badu về âm nhạc của cô (*www.erykahbadu.com*), chữ viết tay và hình vẽ được phác thảo trên bố cục trang được bày ra trước mắt người xem, tạo ra một cộng hưởng đồ họa lưu chuyển, nhịp nhàng. Khi rê chuột, bạn sẽ thấy các chữ viết tay, chữ viết nghệch ngoạc và những mảng màu rất dễ dàng tích hợp vào thiết kế kiểu cắt ghép (collage-style design) này. Những mũi tên xuất hiện và biến mất, cho thấy rõ cấu trúc có tính định hướng. Các cửa sổ pop-up nhỏ, hình thù lạ lùng với những đường viền vẽ tay nối nhau lại thành một phần của bố cục trang, bổ sung thêm thông tin mới, trong khi vẫn tránh cho người xem khỏi cảm giác như vừa rời khỏi trang chủ (home page) ban đầu (Hình 9-20).

Hình |9-19|

Poster *Bumbershoot* được Art Chantry thiết kế cho One Reel và Ủy ban Nghệ thuật Seattle (Seattle Arts Commission) vào năm 1989.



Hình |9-20|

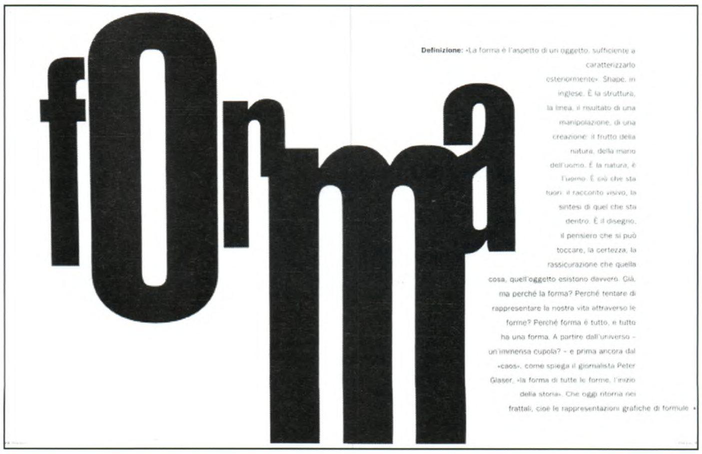
Ảnh chụp màn hình từ trang Web chứa hình vẽ và ảnh của Erykah Badu, *www.erykahbadu.com*, do Dan Petruzzi và Afra Amir Sanjari sản xuất, Kirsten O'Loughlin và Chris Ro của *Okayplayer.com* thiết kế. *Ảnh do Hãng thu âm Motown Records, trực thuộc Công ty UMG Recordings cung cấp năm 2004.*

Căn gióng

Đôi khi, nhà thiết kế thay đổi phương án căn gióng văn bản nhằm mục đích tạo phong cách. Khi được sử dụng hiệu quả, tính rõ ràng của những phương án căn gióng thay thế có thể bị suy giảm nhưng có thể được "bù lại" nhờ tính dễ đọc gia tăng, bắt nguồn từ cộng hưởng đồ họa vừa thiết lập được. Ví dụ, đoạn văn bản được căn gióng chạy vòng quanh đối tượng được căn phải ở Hình 9-21 dường như tạo dáng vòng quanh từ "forma" (tiếng Ý) xoắn ốc mượt mà, có nghĩa là "form" ("kiểu dáng/hình dáng"). Thiết kế này mang lại cảm giác gần như có thể uốn nắn được. Sự cộng hưởng đồ họa duyên dáng này của layout mang lại nét thanh tao cho đoạn văn bản được căn phải.

Hình |9-21|

Trang đôi của tờ tạp chí *Per Lui* được Edizioni Condé Nast S.p.A xuất bản năm 1990. Giám đốc nghệ thuật: Neville Brody.



forma

Definizione: «La forma è l'aspetto di un oggetto, sufficiente a caratterizzarlo esteriormente». Shape, in inglese. È la struttura, la linea, il risultato di una manipolazione, di una creazione: il frutto della natura, della mano dell'uomo. È la natura, è l'uomo. È ciò che sta fuori: il racconto visivo, la sintesi di quel che sta dentro. È il disegno, il pensiero che si può toccare, la certezza, la rassicurazione che quella cosa, quell'oggetto esistono davvero. Già, ma perché la forma? Perché tentare di rappresentare la nostra vita attraverso le forme? Perché forma è tutto, e tutto ha una forma. A partire dall'universo – un'immensa cupola? – e prima ancora dal «caos», come spiega il giornalista Peter Glaser, «la forma di tutte le forme, l'inizio della storia». Che oggi ritorna nei frattali, cioè le rappresentazioni grafiche di formule ▸

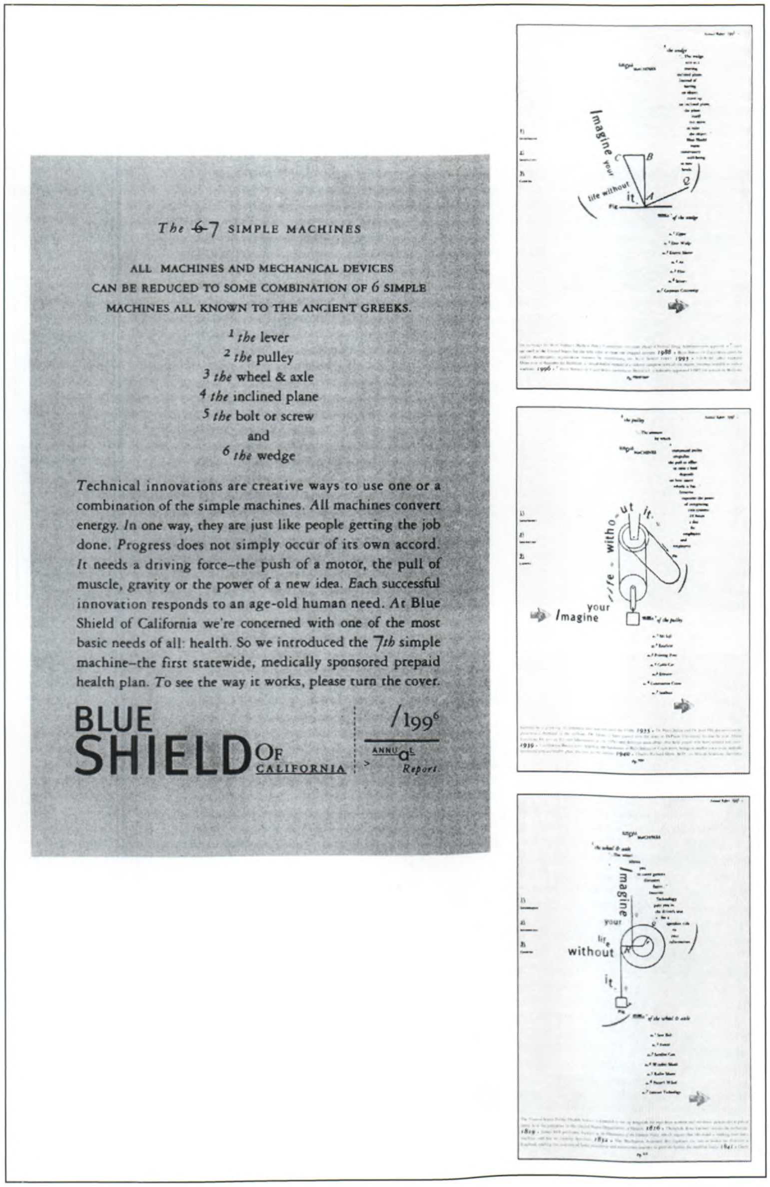
Trong Hình 9-22, nhà thiết kế đã tạo một cộng hưởng đồ họa hung ác đậm chất sân khấu bằng nhiều kỹ thuật khác nhau. Các đoạn giới thiệu với phần chữ nội dung hơi tròn và được căn giữa bắt chước hình dáng của căn phòng tròn trịa tựa như một sào huyệt, nhấn mạnh sự kỳ lạ của các nhân vật và tương tác giữa chúng. Bố cục đối xứng (symmetrical layout) của chữ nội dung cũng gợi nhắc hình ảnh của một sân khấu, mỗi khối văn bản đại diện cho một nhân vật khán giả ẩn danh. Chữ nội dung có phần serif (chốt nét) màu hồng nổi lên trên nền bóng mây đen có vẻ tĩnh lặng và ghê rợn. Ngược lại, typeface Sans-serif thô ráp hơn được tạo kiểu chữ All caps và còn được căn giữa, cho biết giọng nói của nhân vật có vẻ khọt khẹt, kỳ dị. Các chữ cái viết tay hình thành nên chữ "Dr. Bombay's" (tạm dịch: "Nhà của Bác sỹ Bombay") có vẻ nhỏ giọt dọc theo những vách tường lấm bùn, tăng thêm vẻ kỳ quái tổng quan.



Hình |9-22|

Thiết kế *Dr. Bombay's* của Camille Rose Garcia, trích từ tạp chí *Blab*, số 13, mùa Thu năm 2002. *Ảnh do Fantagraphics Books cung cấp.*

Bản thiết kế ở Hình 9-23 sử dụng kỹ thuật căn gióng bất đối xứng, nhằm mô phỏng và phóng đại các chuyển động của những cỗ máy đơn giản mà văn bản mô tả. Các thiết kế đơn giản, khéo léo này hàm chỉ sự tin cậy, thân thiện với người dùng của công ty mà những cỗ máy đó đại diện.

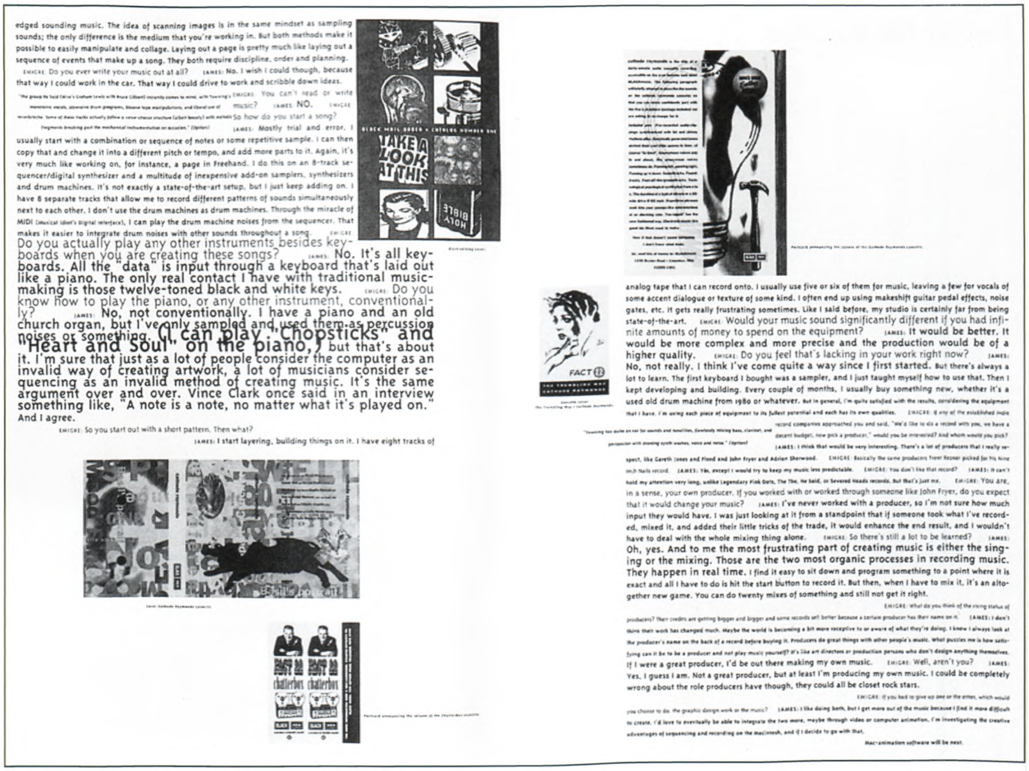


Hình |9-23|

Báo cáo thường niên được Jennifer Sterling thuộc Công ty Jennifer Sterling Design sáng tạo cho Tổ chức Blue Shield của California vào năm 1996.

Giãn cách

Áp dụng lối giãn cách khác thường có thể tạo ra cấu trúc bề mặt đáng lưu ý, hoặc sự nhấn mạnh trong bố cục trang. Tác động lẫn nhau giữa vùng không gian âm và dương biến đổi trong Hình 9-24 đã tạo ra một màu nền trang có cấu trúc bề mặt gợn sóng, không đều, đem lại cho tác phẩm một đặc trưng gần như có tính nhạc.



edged sounding music. The idea of scanning images is in the same mindset as sampling sounds; the only difference is the medium that you're working in. But both methods make it possible to easily manipulate and collage. Laying out a page is pretty much like laying out a sequence of events that make up a song. They both require discipline, order and planning.

EMIGRE: Do you ever write your music out at all? JAMES: No. I wish I could though, because that way I could work in the car. That way I could drive to work and scribble down ideas. EMIGRE: You can't read or write music? JAMES: NO. EMIGRE: So how do you start a song? JAMES: Mostly trial and error. I usually start with a combination or sequence of notes or some repetitive sample. I can then copy that and change it into a different pitch or tempo, and add more parts to it. Again, it's very much like working on, for instance, a page in Freehand. I do this on an 8-track sequencer/digital synthesizer and a multitude of inexpensive add-on samplers, synthesizers and drum machines. It's not exactly a state-of-the-art setup, but I just keep adding on. I have 8 separate tracks that allow me to record different patterns of sounds simultaneously next to each other. I don't use the drum machines as drum machines. Through the miracle of MIDI (musical idiot's digital interface), I can play the drum machine noises from the sequencer. That makes it easier to integrate drum noises with other sounds throughout a song. EMIGRE: Do you actually play any other instruments besides keyboards when you are creating these songs? JAMES: No. It's all keyboards. All the "data" is input through a keyboard that's laid out like a piano. The only real contact I have with traditional music-making is those twelve-toned black and white keys. EMIGRE: Do you know how to play the piano, or any other instrument, conventionally? JAMES: No, not conventionally. I have a piano and an old church organ, but I've only sampled and used them as percussion noises or something. (I can play "Chopsticks" and "Heart and Soul" on the piano,) but that's about it. I'm sure that just as a lot of people consider the computer as an invalid way of creating artwork, a lot of musicians consider sequencing as an invalid method of creating music. It's the same argument over and over. Vince Clark once said in an interview something like, "A note is a note, no matter what it's played on." And I agree.

EMIGRE: So you start out with a short pattern. Then what?

JAMES: I start layering, building things on it. I have eight tracks of analog tape that I can record onto. I usually use five or six of them for music, leaving a few for vocals of some accent dialogue or texture of some kind. I often end up using makeshift guitar pedal effects, noise gates, etc. It gets really frustrating sometimes. Like I said before, my studio is certainly far from being state-of-the-art. EMIGRE: Would your music sound significantly different if you had infinite amounts of money to spend on the equipment? JAMES: It would be better. It would be more complex and more precise and the production would be of a higher quality. EMIGRE: Do you feel that's lacking in your work right now? JAMES: No, not really. I think I've come quite a way since I first started. But there's always a lot to learn. The first keyboard I bought was a sampler, and I just taught myself how to use that. Then I kept developing and building. Every couple of months, I usually buy something new, whether it's a used old drum machine from 1980 or whatever. But in general, I'm quite satisfied with the results, considering the equipment that I have. I'm using each piece of equipment to its fullest potential and each has its own qualities. EMIGRE: If any of the established indie record companies approached you and said, "We'd like to do a record with you, we have a decent budget, now pick a producer," would you be interested? And whom would you pick? JAMES: I think that would be very interesting. There's a lot of producers that I really respect, like Gareth Jones and Flood and John Fryer and Adrian Sherwood. EMIGRE: Basically the same producers Trent Reznor picked for his Nine Inch Nails record. JAMES: Yes, except I would try to keep my music less predictable. EMIGRE: You don't like that record? JAMES: It can't hold my attention very long, unlike Legendary Pink Dots, The The, He Said, or Severed Heads records. But that's just me. EMIGRE: You are, in a sense, your own producer. If you worked with or worked through someone like John Fryer, do you expect that it would change your music? JAMES: I've never worked with a producer, so I'm not sure how much input they would have. I was just looking at it from a standpoint that if someone took what I've recorded, mixed it, and added their little tricks of the trade, it would enhance the end result, and I wouldn't have to deal with the whole mixing thing alone. EMIGRE: So there's still a lot to be learned? JAMES: Oh, yes. And to me the most frustrating part of creating music is either the singing or the mixing. Those are the two most organic processes in recording music. They happen in real time. I find it easy to sit down and program something to a point where it is exact and all I have to do is hit the start button to record it. But then, when I have to mix it, it's an altogether new game. You can do twenty mixes of something and still not get it right.

EMIGRE: What do you think of the rising status of producers? Their credits are getting bigger and bigger and some records sell better because a certain producer has their name on it. JAMES: I don't think their work has changed much. Maybe the world is becoming a bit more receptive to or aware of what they're doing. I know I always look at the producer's name on the back of a record before buying it. Producers do great things with other people's music. What puzzles me is how satisfying can it be to be a producer and not play music yourself? It's like art directors or production persons who don't design anything themselves. If I were a great producer, I'd be out there making my own music. EMIGRE: Well, aren't you? JAMES: Yes, I guess I am. Not a great producer, but at least I'm producing my own music. I could be completely wrong about the role producers have though, they could all be closet rock stars.

EMIGRE: If you had to give up one or the other, which would you choose to do, the graphic design work or the music? JAMES: I like doing both, but I get more out of the music because I find it more difficult to create. I'd love to eventually be able to integrate the two more, maybe through video or computer animation. I'm investigating the creative advantages of sequencing and recording on the Macintosh, and if I decide to go with that,

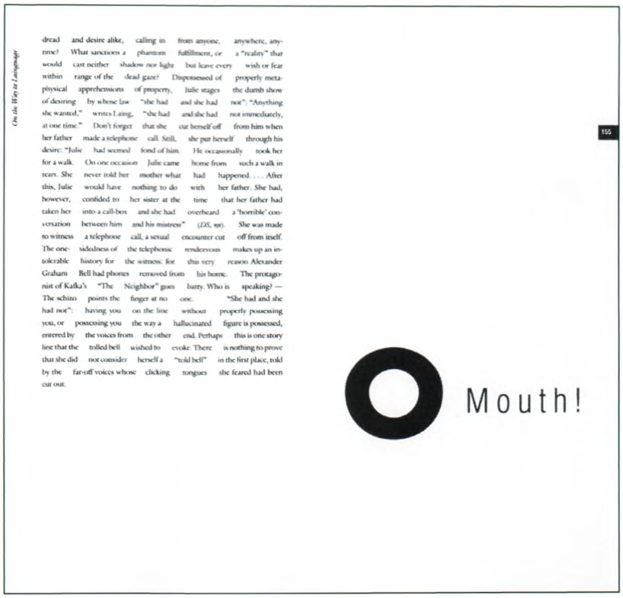
Mac-animation software will be next.

Hình |9-24|

Trang đôi tạp chí *Émigre*, thiết kế của Rudy VanderLans thuộc Công ty Émigre năm 1990.

Những dòng chảy khoảng trắng (white river) nổi bật ở Hình 9-25 đã thêm nhịp điệu giống tiếng sóng vỗ, phân đoạn theo chiều ngang và dòng chảy mạnh mẽ theo chiều dọc vào trải nghiệm đọc, kết thúc bằng dòng lẻ kết (widow) ở cuối trang.

Ở Hình 9-26, nhà thiết kế cố tình phá vỡ nhiều "quy tắc" typography, nhằm truyền tải ý tưởng rằng sản phẩm mà nó quảng cáo là thứ rất cách tân, đậm tính cá nhân và không bị hạn chế theo quy ước. Các lựa chọn phi truyền thống liên quan đến letterform hoa hay thường, sự phân chia từ ngữ, letterspacing cũng như leading, đều cố gắng hỗ trợ cho sự khắc họa này, tạo ra một nhịp điệu mới mẻ và phá bỏ quy ước đầy thú vị. Văn bản "*The new CAMARO. What else would you expect from the country that invented rock 'n roll*" (tạm dịch: "*Một chiếc CAMARO mới. Bạn sẽ mong đợi gì nữa từ đất nước phát minh ra rock 'n roll*") đánh đồng nhịp điệu của các chữ được tạo khoảng cách kỳ lạ với nhịp của một bài hát rock 'n roll, gợi ra mối liên hệ giữa âm nhạc và sản phẩm.

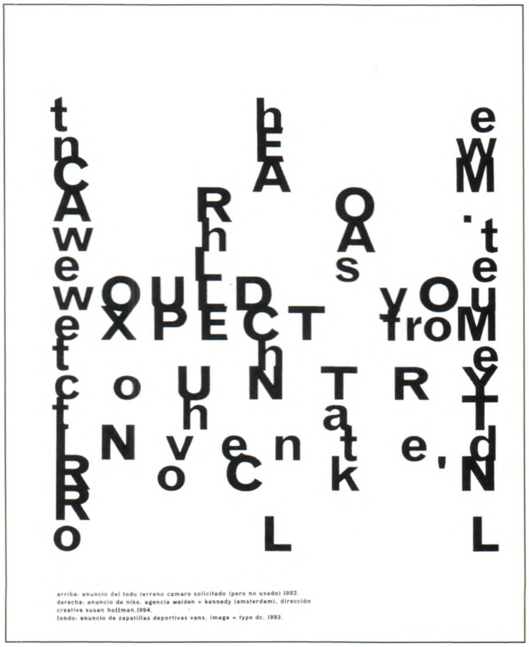

On the Way to Language

dread and desire alike, calling in from anyone, anywhere, anytime? What sanctions a phantom fulfillment, or a "reality" that would cast neither shadow nor light but leave every wish or fear within range of the dead gaze? Dispossessed of properly metaphysical apprehensions of property, Julie stages the dumb show of desiring by whose law "she had and she had not": "Anything she wanted," writes Laing, "she had and she had not immediately, at one time." Don't forget that she cut herself off from him when her father made a telephone call. Still, she put herself through his desire: "Julie had seemed fond of him. He occasionally took her for a walk. On one occasion Julie came home from such a walk in tears. She never told her mother what had happened. . . . After this, Julie would have nothing to do with her father. She had, however, confided to her sister at the time that her father had taken her into a call-box and she had overheard a 'horrible' conversation between him and his mistress" (*DS*, 191). She was made to witness a telephone call, a sexual encounter cut off from itself. The one-sidedness of the telephonic rendezvous makes up an intolerable history for the witness: for this very reason Alexander Graham Bell had phones removed from his home. The protagonist of Kafka's "The Neighbor" goes batty. Who is speaking? — The schizo points the finger at no one. "She had and she had not": having you on the line without properly possessing you, or possessing you the way a hallucinated figure is possessed, entered by the voices from the other end. Perhaps this is one story line that the tolled bell wished to evoke. There is nothing to prove that she did not consider herself a "told bell" in the first place, told by the far-off voices whose clicking tongues she feared had been cut out.

155

Hình |9-25|

Một trang từ cuốn *The Telephone Book* (tạm dịch: *Sách danh bạ điện thoại*) của Avital Ronell, 1989, là thiết kế của Richard Eckersley thuộc Nhà xuất bản Đại học Nebraska.



Hình |9-26|

Quảng cáo của David Carson thuộc Công ty Thiết kế David Carson, sáng tạo cho Chevy Camaro năm 1997.



Hình |9-27|

Thiết kế poster của Stephanie Harte thuộc Công ty Spacetacular, sáng tạo cho Tổ chức Sáng kiến Nghệ thuật Cộng đồng cho Công viên Lincoln (Lincoln Park Community Art Initiative).

Sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc

Thiết kế ở Hình 9-27 tạo ra một nhịp uốn lượn bằng cách không tuân theo sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity). Người xem bị cuốn vào layout ở chữ cái **S** lớn bên trái, đồng thời dõi theo chữ đổi hướng cắt ngang và cắt lên phía trên trang giấy đến phía góc phải trên cùng của layout. Tuy nhiên, nét tròn của cả chữ **e** lẫn chữ **r** viết ngược đã kéo mắt người đọc quay lại trang giấy, tại đó chữ **t** với nét dọc mạnh mẽ bắt lấy mắt người xem, dẫn thẳng xuống phần logo và dòng thông tin chống đỡ bên dưới.

Sự tương phản

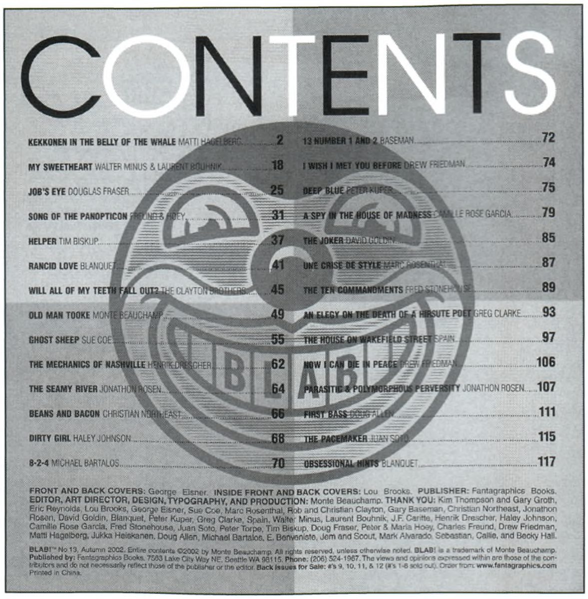
Một cách khác có thể giúp nhà thiết kế tạo ra nhịp điệu trong layout là tận dụng hiệu quả của sự tương phản (contrast). Các thành phần thiết kế tương phản cũng có thể giúp tăng thêm sự thú vị và tính nhấn mạnh cho bản thiết kế. Để sử dụng sự tương phản trong typography, nhà thiết kế có thể tận dụng các typeface tương phản, kích thước point, set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao), stroke weight (độ đậm nét chữ), màu sắc, giá trị, kết cấu/cấu trúc bề mặt, phương hướng và các mối quan hệ âm/dương.

Trong Hình 9-28, nhà thiết kế đã "dạo chơi" với mối quan hệ âm/dương giữa các typeface và hình ảnh, nhằm tạo ra một layout náo nhiệt, sống động, đầy ắp sự kinh ngạc và niềm phấn chấn nhịp nhàng. Các chữ cái chuyển từ màu đen sang màu của trang giấy một cách hồ hởi, ngay giữa những con chữ. Các phạm vi chữ được thiết đặt liền khối, tạo ra một hiệu ứng lộn xộn, không có leading để làm điểm nghỉ ngơi cho mắt người xem. Các hình vẽ minh họa nhân vật cũng chuyển đổi giữa màu đen và màu trang giấy, mỗi nhân vật đóng cả vai trò tiền cảnh (foreground) lẫn hậu cảnh (background), tùy vào vị trí mà người xem tập trung vào. Những chữ **O** đen dày xuyên suốt văn bản mô phỏng các nút tròn đặc và chấm polka trong bức hình bên trên đã bổ sung cảm nhận về sự thống nhất cùng cảm giác rạo rực, vui tươi cho thiết kế có độ tương phản cao này.



Hình |9-28|

Các poster *Pennsylvania Festival of the Arts: Kids Day* (tạm dịch: *Lễ hội Nghệ thuật Tiểu bang Pensylvania: Ngày Thiếu nhi*) của Lanny Sommese thuộc Công ty Thiết kế Sommese, sáng tạo cho Ban quản lý Lễ hội Nghệ thuật Tiểu bang Pennsylvania năm 1997.



CONTENTS

FRONT AND BACK COVERS: George Elsner. **INSIDE FRONT AND BACK COVERS:** Lou Brooks. **PUBLISHER:** Fantagraphics Books. **EDITOR, ART DIRECTOR, DESIGN, TYPOGRAPHY, AND PRODUCTION:** Monte Beauchamp. **THANK YOU:** Kim Thompson and Gary Groth, Eric Reynolds, Lou Brooks, George Eisner, Sue Coe, Marc Rosenthal, Rob and Christian Clayton, Gary Baseman, Christian Northeast, Jonathon Rosen, David Goldin, Blanquet, Peter Kuper, Greg Clarke, Spain, Walter Minus, Laurent Bouhnik, J.F. Caritte, Henrik Drescher, Haley Johnson, Camille Rose Garcia, Fred Stonehouse, Juan Soto, Peter Torpe, Tim Biskup, Doug Fraser, Peter & Maria Hoey, Charles Freund, Drew Friedman, Matti Hagelberg, Jukka Heiskanen, Doug Allen, Michael Bartalos, E. Benveniste, Jem and Scout, Mark Alvarado, Sebastian, Callie, and Becky Hall.

Hình |9-29|

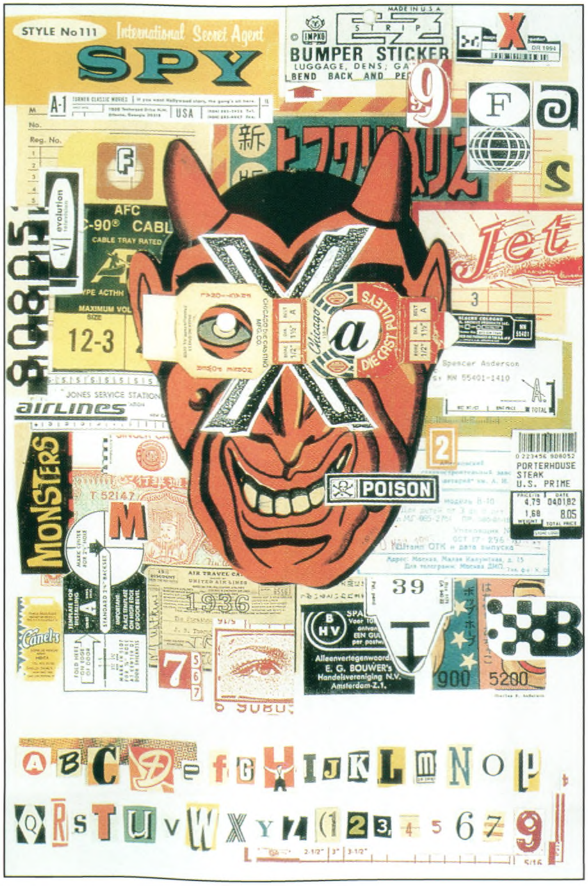
Nội dung của tạp chí *Blab*, Số 13, mùa Thu năm 2002, thiết kế của Monte Beauchamp thuộc Công ty Fantagraphics Books.

Trên trang Mục lục ở Hình 9-29, nhà thiết kế đã sử dụng những độ đậm nhạt và stroke weight tương phản, nhằm tạo ra một nhịp điệu nhấp nháy kiểu lễ hội. Gương mặt hể nhe răng cười một cách hoang dại nhìn thẳng vào người xem làm gợi nhớ đến những ánh đèn chớp nháy của một ngày hội, củng cố thêm cho nhịp điệu lập lòe của đoạn văn.

Sinh viên được cảnh báo nhiều lần về việc tránh sử dụng quá nhiều typeface trong một thiết kế. Tuy nhiên, đôi khi nhà thiết kế cố tình phá vỡ quy tắc đúc rút theo kinh nghiệm này, nhằm tạo ra bầu không khí lễ hội cho thiết kế của mình. Hình 9-30 minh họa một poster quảng bá chiến dịch xóa mù chữ, tại đây nhà thiết kế sử dụng các hình dạng tương phản của nhiều typeface khác nhau, với mục đích tạo ra một nhịp điệu ồn ào, phấn khích cho layout của poster này.

Làm méo nhiễu hình

Biến đổi hoặc làm cho biến dạng các letterform để tạo ra cộng hưởng đồ họa xuyên suốt quá trình ứng dụng **làm méo nhiễu hình (visual distortion)** có thể là một cách sáng tạo để làm chủ thông điệp mà từ ngữ truyền tải. Ví dụ, trong Hình 9-31, các letterform kéo dài trông giống một dòng mã sku (stock keeping unit - đơn vị phân loại hàng hóa tồn kho, hay mã hàng hóa); mối tương quan được nâng lên bằng cách sắp đặt mã sku dễ nhận diện ở bên dưới. Ngụ ý của tác phẩm là nếu không cẩn thận, mỗi người xem trong chúng ta sẽ có nguy cơ trở thành người tiêu dùng dại dột và là nạn nhân của việc đánh mất chính mình.



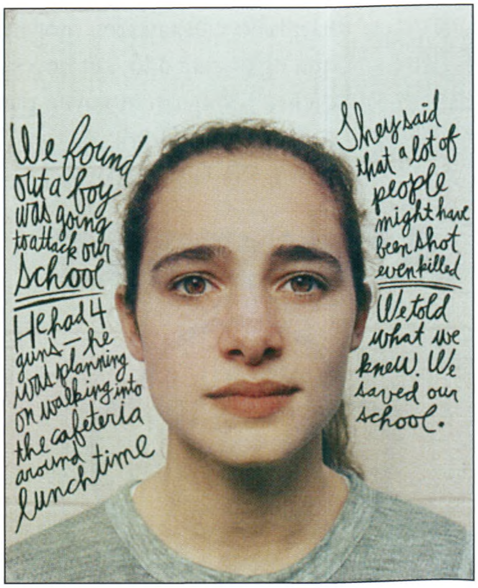
Hình |9-30|

Poster *AIGA Literacy Campaign* (tạm dịch: *Chiến dịch Xóa mù chữ của Hiệp hội Nghệ thuật Đồ họa Mỹ AIGA*), thiết kế của Charles Anderson thuộc Công ty Thiết kế Charles S. Anderson, sáng tạo cho AIGA/Colorado vào năm 1995.



Hình |9-31|

Poster/quảng cáo in của Eric Tilford thuộc Pyro/Core11, thiết kế cho Dr. Martens vào năm 1995.



Hình |9-32|

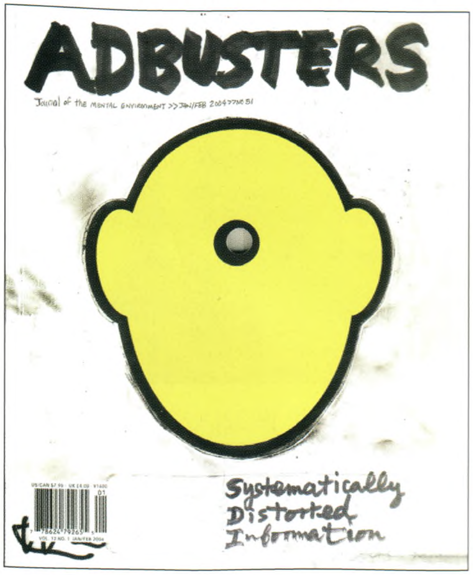
Quảng cáo Michelle của Talmage Cooley, Daniel Gross và Ian Toombs thuộc Công ty PAX - Real Solutions to Gun Violence (Các giải pháp thực sự đối với Nạn bạo lực súng ống).

Chữ render thủ công

Khi sử dụng chữ trong một layout, việc phát triển hay sử dụng một font cụ thể với các tiêu chuẩn và tính nhất quán của chính nó nhìn chung sẽ giúp tăng thêm cảm giác chuyên nghiệp và đồng bộ cho layout. Tuy nhiên, có những lúc thông điệp hoặc câu chuyện sẽ được kể lại hiệu quả nhất bằng tiếng nói của chữ render thủ công vốn trông giống người hơn.

Hình 9-32 cung cấp một ví dụ điển hình cho letterform này. Thanh thiếu niên thường không tin tưởng vào người lớn để thổ lộ tâm tình của mình cho họ nghe, và tấm poster này tìm cách thuyết phục giới thanh thiếu niên rằng hãy chia sẻ bất cứ thông tin nào họ biết, nhằm ngăn chặn bạo lực học đường. Cô gái trẻ trong hình minh họa trông thật tốt bụng, khỏe mạnh và vô tư - cả cuộc đời của cô còn đang ở phía trước. Mắt cô gái kết nối với mắt người xem, và những chữ viết tay xung quanh cô được coi như là tiếng nói *của cô*, hàm ý rằng việc chia sẻ thông tin có thể dẫn tới việc cứu sống cuộc đời *của cô*. Thiết kế thu được rất hiệu quả, đậm tính cá nhân và rất thuyết phục.

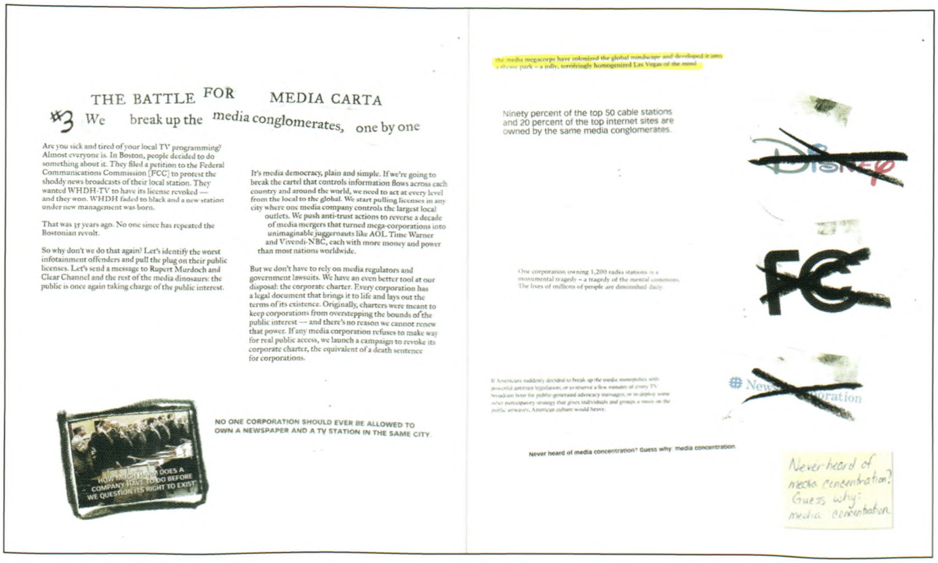
Hình 9-33 minh họa một ví dụ sử dụng chữ render thủ công hiệu quả khác. Tạp chí *Adbusters* áp dụng nhiều kỹ thuật khác nhau - bao gồm chữ viết tay (handwritten type), tạo điểm nhấn (highlighting), collage (ghép ảnh), dạng vấy bẩn bằng ngón tay (finger-smudging) và khoan một lỗ xuyên qua giữa tờ tạp chí - nhằm tạo một tuyên bố chính trị - xã hội về giới truyền thông. Nhà thiết kế nhấn mạnh tính tách biệt cá nhân chủ nghĩa của tờ tạp chí này từ các nguồn truyền thông thuộc những tập đoàn lớn mạnh hơn, bằng cách sử dụng văn bản kiểu viết tay trên một nền vấy bẩn giống như lấy ngón tay quẹt lên tờ bìa. Lỗ xuyên qua ngay giữa đầu, kết hợp với dòng phụ đề "Systematically Distorted Information" (tạm dịch: "Thông tin bị xuyên tạc có hệ thống"), hàm ý rằng người ta tung ào ạt những thông tin sai lệch để nhồi nhét vào ý thức của chúng ta mà không cần ta đồng thuận. Tuy vậy, những vết vấy bẩn, cách phác thảo và dùng màu táo bạo kia hàm ý rằng: Chúng ta, ở vai trò người tiêu dùng truyền thông, có thể được tiếp sức để kháng cự lại sự phục tùng dại dột.



Ở trang đôi minh họa trong Hình 9-33, đoạn văn bản dùng chữ in và chữ render thủ công được ghép lại với nhau, nhằm tạo ra cảm giác về một thường dân chủ động và một thái độ "tự-mình-làm-được", mang lại sự tự tin mạnh mẽ. Hình ảnh về một mẩu giấy ghi chú viết tay đã nhấn mạnh thông điệp nổi trội của trang đôi này.

Hình |9-33|

Bìa và trang đôi từ tạp chí *Adbusters*, Số 51, tháng 01/02 năm 2004, *www.adbusters.org*.



Phân chiều

Bổ sung các gợi ý liên quan đến chiều sâu ngụ ý về việc phân chiều (dimensionality) có thể thu hút người xem chú ý vào bản thiết kế và tạo cảm giác về nơi chốn. Nhà thiết kế có thể làm cho các chữ cái tạo ra ảo giác về phân chiều bằng cách sử dụng các gợi ý liên quan đến chiều sâu - những kích hoạt thị giác (visual trigger) gợi nhắc về cách ta tri giác thế giới này theo ba chiều. Tùy thuộc vào cách những gợi ý này được sử dụng mà chúng có thể bổ trợ tốt hoặc mâu thuẫn nhau, nhằm tạo ra một cảm giác rõ rệt về nơi chốn, hoặc cảm giác rối trí và mơ hồ.

- *Chồng lấp (overlap)* hay *xếp lớp (layer)*: Những hình ở gần hơn có thể che chắn tầm nhìn về các vật thể đằng sau chúng; các lớp (layer) có thể trong suốt (transparent) (nhìn xuyên qua) hay trong mờ (translucent) (gần trong suốt), như minh họa ở Hình 9-37; hoặc có thể mờ đục (opaque) (đặc) như ở Hình 9-36.
- *Kích thước (size)*: Các vật thể có vẻ trở nên nhỏ hơn khi khoảng cách tăng lên, như minh họa ở Hình 9-37.
- *Phối cảnh tuyến tính (linear perspective)*: Các đường song song có vẻ hội tụ (converge) khi chúng di chuyển ra xa, như trong Hình 9-34, 9-35 và 9-37.
- *Rút gọn lại (foreshortening)*: Các vật thể được nhìn ở góc siêu tuyến tính trông như bị biến dạng, như trong Hình 9-34 và 9-35.
- *Định vị theo chiều dọc (vertical location)*: Vì chúng ta thấy vật thể ba chiều theo phối cảnh tuyến tính, nên mọi thứ trong môi trường của chúng ta có vẻ giảm kích thước và dịch chuyển theo định vị chiều dọc hướng về phía chân trời, vốn luôn ở tầm mắt. Điều này có nghĩa rằng, đối tượng xa hơn trông sẽ gần hơn theo định vị chiều dọc đối với đường chân trời. Dưới tầm mắt, các vật thể có vẻ cao hơn khi chúng tan dần về phía điểm ảo (vanishing point) ở chân trời. Trên tầm mắt, điều ngược lại sẽ xảy ra: Các vật thể có vẻ thấp hơn khi chúng đi xa dần khỏi chúng ta, và gần hơn với chân trời, như trong Hình 9-37.
- *Mô phỏng bề mặt (surface simulation)*: Bề mặt của một vật thể ảo (virtual object) có thể được tác động để trông như thể nó có chất liệu của một bề mặt nhận diện được như kim loại, nước, gỗ, giấy hay nhựa (xem minh họa ở Hình 9-35 và 9-36).
- *Vùng tối (shade)* và *bóng đổ (shadow)*: Bóng đổ là vùng tối của hậu cảnh, được phủ xuống khi một vật thể che chắn ánh sáng trực tiếp; trong khi đó, vùng tối mô tả phần tối của vật thể quay mặt khỏi nguồn sáng, như minh họa ở Hình 9-34 và 9-36.
- *Màu sắc (color)*: Tông màu sáng hơn có vẻ gần hơn, còn tông màu tối hơn có vẻ ở đằng xa; đó là do khi ta nhìn các vật ở xa, chúng thường bị bầu không khí mà ta phải nhìn xuyên qua làm cho mờ đục đi và tối hơn, như minh họa ở Hình 9-37.
- *Độ sâu trường ảnh (depth of field)*: Chỉ dải khoảng cách (distance range) hiện ra rõ nét; độ sâu trường ảnh nông chỉ hiển thị rõ khoảng cách ngắn. Chẳng hạn, tiền cảnh có thể hiện ra hoàn toàn rõ nét, còn phần giữa và hậu cảnh trông mờ mờ, như minh họa ở Hình 9-37. Khi độ sâu trường ảnh sâu hơn, toàn bộ các thành phần sẽ hiện ra rõ nét và chính xác.



Hình |9-34|

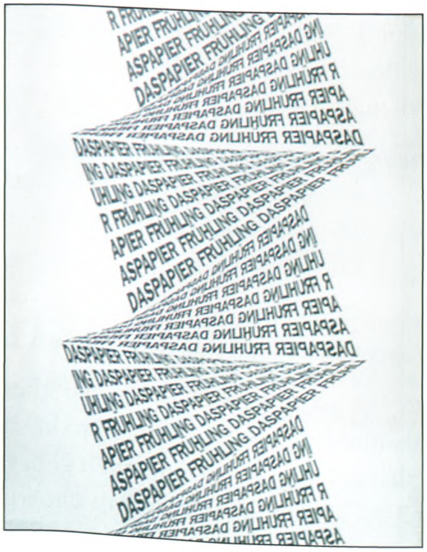
Thiết kế *1991 Grafiche Mariano Calendar* (tạm dịch: *Lịch năm 1991 của Grafiche Mariano*), được Italo Lupi thuộc studio Lupi sáng tạo cho Grafiche Mariano Tipografia.

Trong Hình 9-34, nhà thiết kế sử dụng kỹ thuật rút gọn, bóng đổ và góc nhìn, nhằm tạo chữ **A** trông như nhô ra hướng về phía người xem, thu hút sự chú ý của họ vào layout này.

Trong mẩu quảng cáo ở Hình 9-35, chữ được làm biến dạng về mặt hình thức bằng cách sử dụng góc nhìn tuyến tính, rút gọn và mô phỏng bề mặt, nhằm bắt chước cái nhìn ba chiều về một tờ giấy gấp.

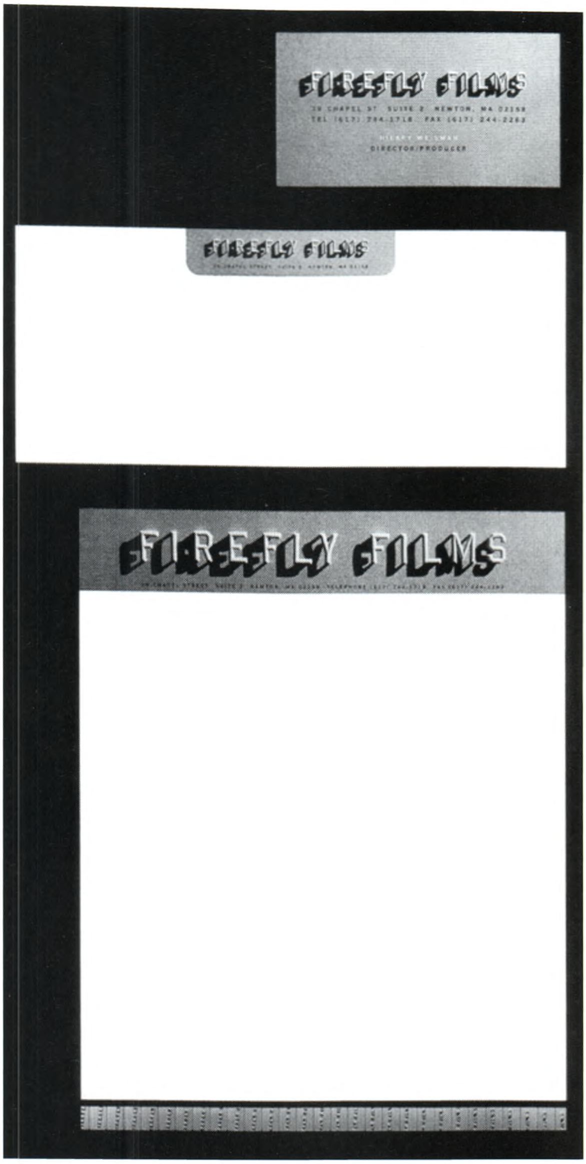
Nhà thiết kế của mẫu tiêu đề thư (letterhead) ở Hình 9-36 sử dụng một ảnh tĩnh được thắp sáng đột ngột lấy từ một footage phim của công ty, nhằm tạo một hệ thống nhận diện gợi ra ý nghĩa rằng: Các bộ phim của công ty cũng phức tạp, đậm chất điện ảnh, đầy tính nghệ thuật và đa chiều như logo của họ vậy. Các gợi ý về chiều sâu bao gồm vùng tối và bóng đổ, mô phỏng bề mặt và chồng lấp các letterform lên trên những bóng đổ được phủ xuống phía sau chúng.

Ở Hình 9-37, nhà thiết kế sử dụng các chỉ dẫn thị giác về chiều sâu của kích thước, chồng lấp, góc nhìn tuyến tính, màu sắc, định vị theo chiều dọc, kèm theo đó là một độ sâu trường ảnh nông, nhằm thuyết phục người xem cảm nhận đoạn văn bản của timeline như đang treo lơ lửng trong không gian. Khi thấy hiệu ứng như vậy, người xem đánh đồng các chiều thời gian và không gian, đồng thời hiểu layout đó như một dòng thời gian ba chiều.



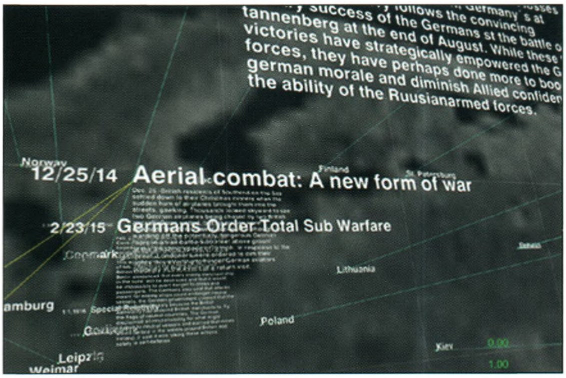
Hình |9-35|

Quảng cáo được Robert Bergman thuộc Công ty Bergman Associates, New York (Mỹ) thiết kế cho tạp chí *Das Papier* năm 1998.



Hình |9-36|

Mẫu văn phòng phẩm do Friz Klaetke thuộc Công ty Visual Dialogue thiết kế cho Hãng Firefly Films năm 1995.



Hình |9-37|

Timeline tương tác 3D được Earl Rennison của Perspecta & Lisa Strausfeld thuộc Công ty Thiết kế Perspecta & Pentagram sáng tạo cho *Millennium Project: Constructing a Dynamic 3+D Virtual Environment for Exploring Geographically, Temporally and Categorically Organized Historical Information*, 1995 (tạm dịch: *Dự án thiên niên kỷ: Xây dựng môi trường giả lập 3+D động để khám phá thông tin lịch sử được tổ chức về mặt địa lý, thời gian và danh mục). Ảnh do Công ty Thiết kế Pentagram cung cấp.*

Thuật ngữ

châm biếm trực quan (visual irony): sử dụng lời lẽ châm biếm và sự ngạc nhiên để truyền tải thông điệp nhờ vào việc lựa chọn các typeface tương phản với nội dung văn bản một cách có chủ ý.

hàm thụ trực quan (visual correspondence): sự lặp lại của một thông điệp bằng cách dùng một typeface có mối liên hệ về mặt thị giác với nội dung của văn bản.

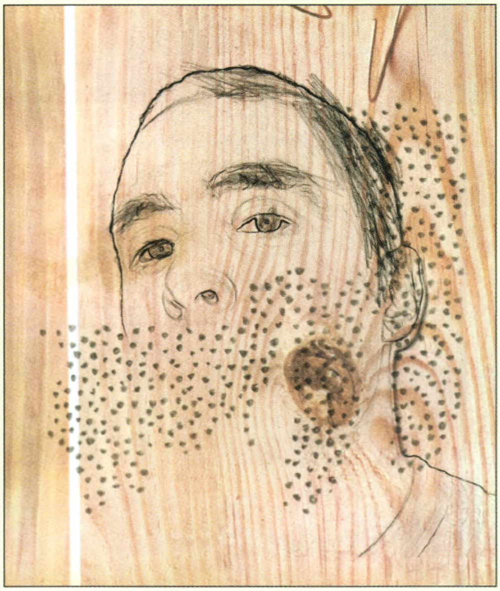
làm méo nhiễu hình (visual distortion): biến đổi hoặc biến dạng các letterform để làm chủ thông điệp mà các từ ngữ đó truyền tải.

nhịp điệu trực quan (visual rhythm): nhịp điệu được khơi gợi trực quan nhờ sử dụng nguyên lý của sự lặp lại, sự chồng lấp, chuyển động, căn gióng, giãn cách, sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc và sự tương phản.

phóng đại trực quan (visual exaggeration): phóng đại một thông điệp bằng cách thao tác và sắp đặt văn bản theo những cách thức dường như sẽ hành động theo nội dung của văn bản, hoặc cố gắng mô phỏng trải nghiệm đang được mô tả.

Công việc của NHÀ THIẾT KẾ

Eduardo Recife



Ông đã bắt đầu sự nghiệp trở thành nhà thiết kế như thế nào? Hãy kể chúng tôi nghe về công việc đầu tiên ông làm trong lĩnh vực thiết kế và quá trình phát triển sự nghiệp của ông.

Tôi thường hay vẽ vời lúc còn rất nhỏ. Sau đó, tôi đã thực sự bước chân vào lĩnh vực graffiti, và từ đó dẫn tôi đến với chữ. Lần đầu tiên kết nối Internet, tôi thấy những con người tuyệt vời làm việc với các hình ảnh cá nhân, những typeface thử nghiệm,... - có thứ gì đó đã mê hoặc tôi. Công việc đầu tiên tôi làm là thiết kế poster cho các ban nhạc và triển lãm địa phương. Sau đó, tôi làm việc cho một công ty thiết kế ở đây, tại Brazil, trong hai năm. Từ đó đến nay, tôi làm việc tự do.

Ông thường làm gì để lấy cảm hứng trước khi bắt đầu một dự án mới? Ông có thể chia sẻ với chúng tôi về quy trình thiết kế của mình không? Công nghệ đóng vai trò gì trong quy trình đó?



Đa số thì trạng thái đầu óc của tôi chính là thứ ảnh hưởng đến tôi nhất trong quá trình sáng tạo, nhưng một tác phẩm nghệ thuật, âm nhạc, hay thậm chí con người cũng khiến tôi cảm thấy hứng khởi. Quy trình của tôi đơn giản thôi. Trước tiên, tôi có một ý tưởng trong đầu, sau đó tôi tiến hành thu thập hình ảnh và làm việc với các bức vẽ cũng như kết cấu/cấu trúc bề mặt để từ đó cứ thế mà sáng tạo. Khi đã có tất cả các chất liệu, tôi bắt đầu thực sự quyết định mọi thứ sẽ đi tới đâu bằng cách dùng Photoshop, và kết quả cuối cùng cứ thế lộ diện. Tôi thích nó càng tự nhiên càng tốt.

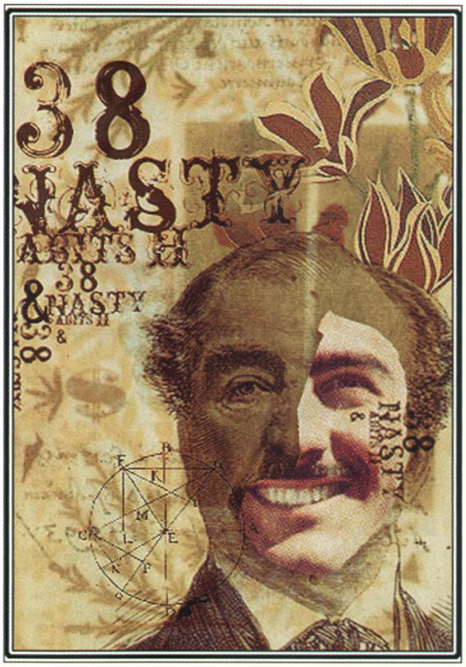
Ông có lời khuyên gì dành cho các sinh viên và nhà thiết kế mới bước chân vào lĩnh vực này ngày nay?

Hãy tìm những nguồn tài nguyên và tham khảo tốt, luôn thực hành, chấp nhận lời phê bình, đồng thời làm mọi thứ bằng tình yêu.

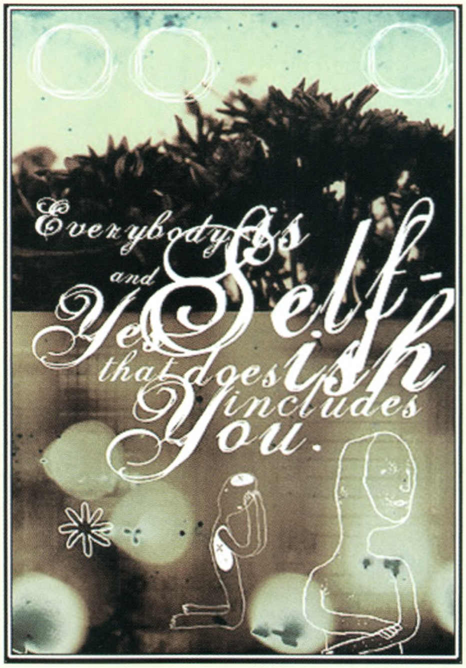
Eduardo Recife thuộc Công ty Thiết kế chữ Misprinted, Belo Horizonte, Brazil

www.misprintedtype.com









Các mẫu artwork và mẫu chữ của Eduardo Recife, thuộc Công ty Thiết kế chữ Misprinted, *www. misprintedtype.com.*

TÁC ĐỘNG LẪN NHAU GIỮA CHỮ VÀ HÌNH ẢNH

Theo truyền thống, hình ảnh (image) đóng vai trò hỗ trợ, xét trong mối quan hệ với chữ (type). Từ thời buổi những luồng sáng ban đầu minh họa cho các đoạn văn trong Kinh Thánh, hình ảnh được sử dụng chủ yếu để lặp lại và mở rộng nội dung văn bản đi kèm. Truyền thống này gần như tiếp tục suốt nhiều thế kỷ mà không bị thách thức, cho đến khi phát minh về nhiếp ảnh (photography) ở thế kỷ 20 định nghĩa lại mối quan hệ này. Các nhà thiết kế nhanh chóng khám phá ra rằng, thông tin cũng như cảm xúc có thể được chuyển tải mạnh mẽ thông qua việc lựa chọn, cắt xén, đặt kề nhau và kiểm soát các bức ảnh chụp. Họ cũng nhận ra rằng, khi sử dụng chữ và hình ảnh cùng nhau, mỗi thứ có sức mạnh kiểm soát cách người xem diễn giải cái còn lại. Thử nghiệm với tác động lẫn nhau giữa chữ và hình ảnh trở nên phổ biến, và cho đến nay điều này vẫn tiếp diễn. Một số nhà thiết kế đã thách thức tiêu chuẩn lấy chữ làm chủ đạo (text-dominant), bằng cách tạo ra các thiết kế lấy hình ảnh làm chủ đạo (image-dominant), hoặc trong đó chữ và hình ảnh san sẻ hay đối đầu nhau để giành vị thế cấp bậc cho mình. Các nhà thiết kế còn thách thức sự tách biệt giữa chữ và hình ảnh theo truyền thống, bằng cách kết hợp chúng cũng như điều khiển mối quan hệ giữa chúng theo nhiều cách khác nhau.

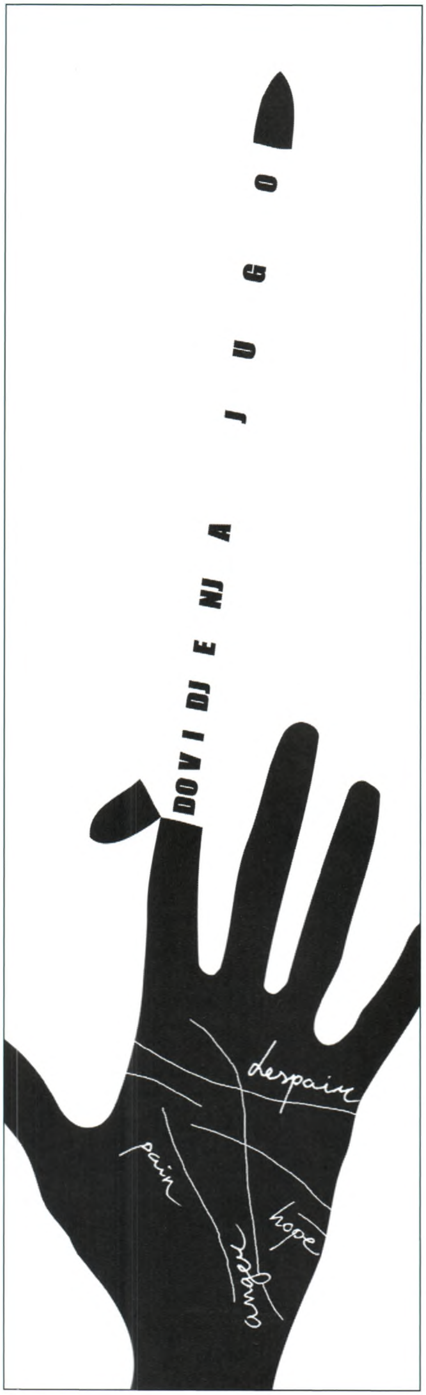


Hình |9-38|

Bìa đĩa CD do Christopher Eichenseer thuộc Công ty Some Odd Pilot thiết kế cho Hãng thu âm Contact Records, 2004.

Đưa chữ vào hình ảnh

Mặc dù lối tiếp cận lấy chữ làm chủ đạo vẫn còn phổ biến, song đã không còn là tiêu chuẩn nữa. Tạo ra những mối quan hệ mới mẻ, thú vị giữa chữ và hình ảnh đã trở thành một thách thức dẫn tới nhiều phương pháp tiếp cận và giải pháp sáng tạo. Hình 9-38 minh họa ví dụ về sự tích hợp thú vị giữa chữ và hình ảnh - chữ xâm chiếm vùng không gian của hình ảnh như một mảng bứt ra được đảo ngược - và hình dạng của ánh mặt trời sáng chói trên ống kính máy ảnh đã phản ánh được hình dạng của chữ, phá vỡ các ranh giới giữa chữ và hình ảnh.



Khi chữ và hình ảnh xâm chiếm không gian của nhau cũng là lúc xuất hiện những mối quan hệ mới mẻ và gây tác động mạnh mẽ. Trong bức họa poster ở Hình 9-39, chữ và hình ảnh được kết hợp nhằm tạo cảnh chia tay cảm động với quê hương Nam Tư của nhà thiết kế. Chữ viết tay ghi "despair, pain, hope, anger" ("tuyệt vọng, đau đớn, hy vọng, tức giận") được đặt trên lòng bàn tay dọc theo các đường chỉ tay vốn được nhiều người tin là phản ánh được trải nghiệm và danh tính của một người. Tên lửa bắn ra khỏi đầu ngón tay gợi nhớ về bạo lực trong cuộc chiến mà nhân vật chính đã đào thoát, cũng như sự cô lập anh ta cảm nhận được khi bị ném ra khỏi quê nhà. Những từ ngữ tạo nên đường bay của tên lửa, dịch sang tiếng Anh là "Goodbye Yugo" (tạm dịch: "Tạm biệt Nam Tư"), trong đó Yugo là từ viết tắt của Yugoslavia).

Trong cuốn sách thiếu nhi *The Day I Swaped My Dad for Two Goldfish* (tạm dịch: *Ngày tôi đổi cha mình lấy hai con cá vàng*), các bức vẽ và bức ảnh được ghép lại bằng chữ kỹ thuật số và chữ kim loại đúc, nhằm tạo ra một bầu không khí mơ màng mà tại đó cốt truyện siêu thực trở nên đáng tin. Câu chuyện được kể từ góc nhìn của một cậu bé, giọng nói của cậu được biểu lộ qua một typeface giống cung cách trẻ thơ, với những bong bóng thoại dùng chữ vẽ tay ý chỉ đến cuộc đối thoại. Gương mặt người cha bao giờ cũng bị tờ báo che khuất, và báo là thứ mà ông luôn đọc, rồi lờ đi đứa con của mình. Những mẩu báo cắt ra được ghép lại xung quanh người cha và xuất hiện ở bất cứ đâu gây được cảm giác là ông đang hiện diện. Ở Hình 9-40a, cậu bé ngồi trên ghế của cha mình trong một vệt mờ cho thấy tờ giấy báo, cảm nhận sự vắng mặt của người cha sau khi đổi ông cho một người bạn để lấy hai con cá vàng. Ở Hình 9-40b, khi bọn trẻ đoàn tụ lại với cha mình, vệt mờ hình trang báo kia vây quanh lấy ông bố và tách biệt ông khỏi bọn trẻ, biểu trưng cho việc ông liên tục lơ là con mình.



Hình |9-39|

Poster mang tính chính trị, *Goodbye Yugo* (tạm dịch: *Tạm biệt Nam Tư*), thiết kế của Alexander Kneselac thuộc Công ty Thiết kế The Collective Design, 2001.

Hình |9-40a và 9-40b|

Hai hình minh họa của Dave McKean thuộc Công ty Hourglass, trích từ cuốn sách của Neil Gailman có nhan đề *The Day I Swaped My Dad for Two Goldfish* (tạm dịch: *Ngày tôi đổi cha mình lấy hai con cá vàng*), thiết kế cho Nhà xuất bản HarperCollins, 1997.





Chữ trên tấm poster ở Hình 9-41 minh họa cho âm thanh. Chữ có vẻ vang dội khi chúng được phát ra từ cổ họng của người trình diễn, lấp đầy khoảng không gian khi cô cất lên bài ca.

Hình 9-42 trình bày một cách tích hợp chữ vào hình ảnh khác. Trong ví dụ này, chữ được thiết đặt bên trong nền của tấm bản đồ. Nhà thiết kế đã dùng chữ để lấp đầy các khoảng trống trên tấm bản đồ thế giới để minh họa cho vấn đề dân số đông.

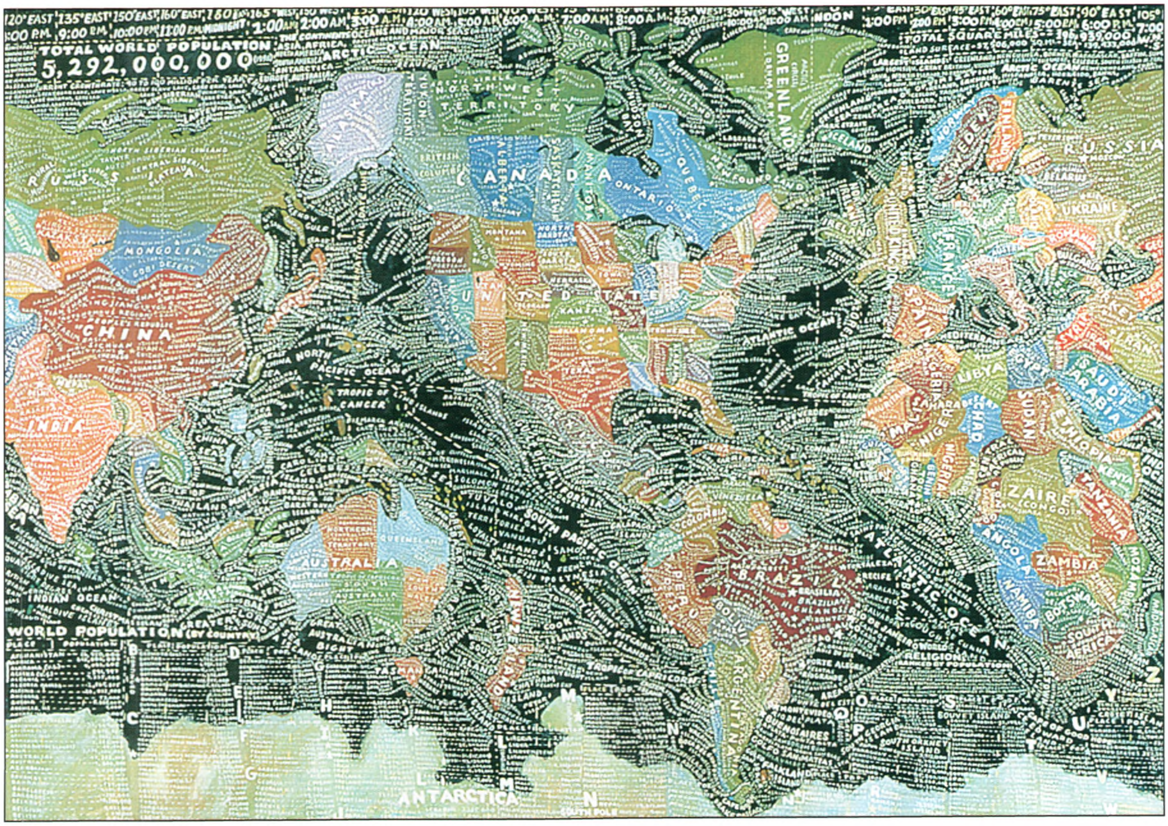


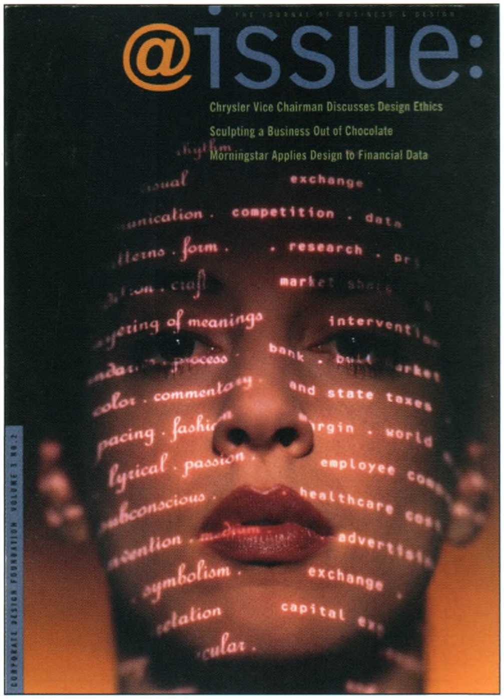
Hình |9-41|

Poster Sự kiện Thành phố Kansas, thiết kế của John Muller thuộc Công ty Muller and Company, thiết kế cho Các sự kiện của Thành phố Kansas.

Hình |9-42|

Bản đồ thế giới bằng từ do Paula Scher thuộc Công ty Thiết kế Pentagram vẽ năm 1998.





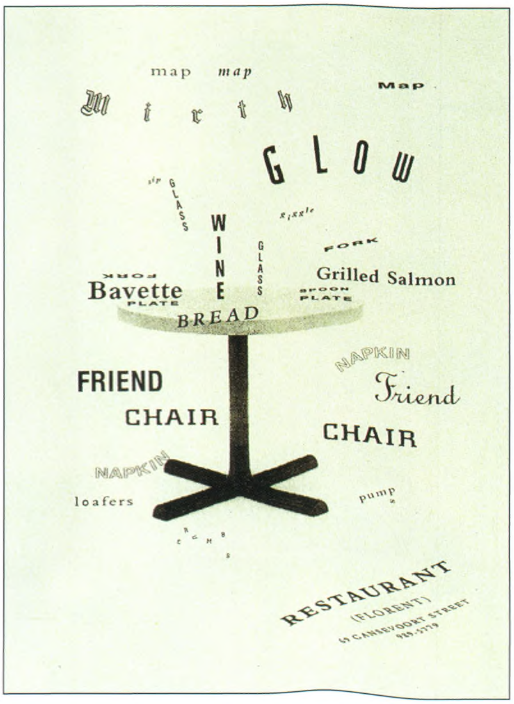
Hình |9-43|

Bìa tạp chí *@issue*, được Kit Hinrichs thuộc Công ty Thiết kế Pentagram sáng tạo cho Tổ chức Corporate Design Foundation, ảnh của Michelle Clement.

Có nhiều cách khác giúp nhà thiết kế làm mờ ranh giới giữa chữ và hình ảnh. Trong bìa tạp chí ở Hình 9-43, chữ thực sự được chiếu lên gương mặt cô người mẫu, sau đó được chụp lại, tích hợp chữ vào hình ảnh theo cách rất tự nhiên.

Chữ là hình ảnh

Trong Hình 9-44, chữ được dùng để minh họa thay cho hình ảnh. Các vật thể được chỉ ra trong vùng không gian bằng những chữ in trôi nổi, đó chính là vị trí mà các vật thể nên có mặt. Một số từ không thay thế vật thể, mà thay cho hành động và trạng thái. Bằng cách đọc văn bản này, ta biết rằng có hai người bạn đang ngồi trên ghế ở chỗ chiếc bàn được mô tả trong hình. Chúng ta đoán một người là nam và người kia là nữ, từ các typeface nam tính và nữ tính tạo nên chữ "Friend" ("Bạn"), cũng như từ mấy chiếc giày mà mỗi bên mang; người bạn bên trái mang "giày da" ("loafer"), còn người "bạn" bên phải mang "giày cao gót" ("pump"). Ta thấy rằng cặp này đang ăn, uống rượu vang và cười khúc khích, ta cũng cảm nhận được không khí vui tươi đó nhờ các từ "glow" ("hài lòng") và "mirth" ("vui đùa").



Hình |9-44|

Tấm bưu thiếp *Mirth (Vui đùa)*, được Marlene McCarty và Tibor Kalman thuộc Công ty M&Co thiết kế cho quán Restaurant Florent năm 1989.



Hình |9-45|

Chiến dịch quảng cáo, được Carlos Segura thuộc Công ty Segura thiết kế cho Hewitt.



Trong Hình 9-45, nhà thiết kế áp dụng kỹ thuật căn gióng văn bản theo đường nét cho phần văn bản nội dung, tạo ra bóng ma của một số người tại nơi làm việc của họ. Tính ẩn danh của các nhân vật cho phép người xem tự hình dung ra chính họ để lấp vào các vai trò đó, khiến mẫu quảng cáo này mang lại cảm giác riêng tư hơn.

Trong Hình 9-46, nhà thiết kế đã sử dụng kỹ thuật căn gióng văn bản theo hình dạng để tạo ra hình ảnh, bằng cách dùng chữ vẽ thành đường viền của một chiếc nón cao bồi. Thiết kế này rất phù hợp khi quảng cáo cho một sự kiện diễn ra tại trường Đại học Texas, bang nổi tiếng với những chàng cao bồi.

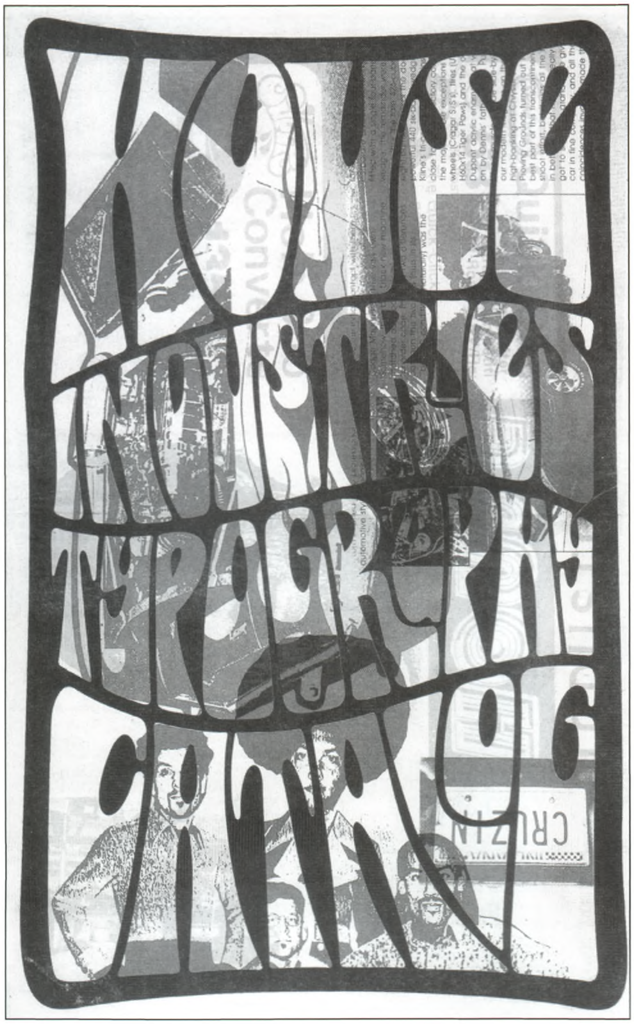
Hình |9-46|

Tấm poster Texas Designers (tạm dịch: Các nhà thiết kế Texas), được Clive Cochran thuộc Công ty Quảng cáo Mithoff thiết kế cho khoa Nghệ thuật của trường Đại học Texas tại El Paso năm 1996.

Hình |9-47|

Tấm poster quảng bá, thiết kế của Keith Novicki thuộc Công ty Design Equals More cho tập thể nhóm nghệ thuật 5 Minds, ảnh của Will Shively thuộc Công ty Shively Photography năm 1995.





Đưa hình ảnh vào chữ

Hình ảnh cũng có thể xâm chiếm địa hạt của chữ. Trong Hình 9-47, nhiều người nhảy múa tạo thành các letterform. Chính xác thì chữ trở thành bối cảnh cho hình ảnh đó. Hãy chú ý các người mẫu ở cả trước lẫn sau chữ, tạo nên một cảm giác về chiều kích mà nếu khác đi thì sẽ không có được như vậy nữa.

Trong Hình 9-48, nhà thiết kế đã đưa hình ảnh vào chữ bằng cách dùng hình ảnh lấp đầy các letterform. Theo cách này, nhà thiết kế thêm vào cảm giác trong suốt cho thiết kế đó - người xem phải nhìn xuyên qua các chữ cái để tập trung vào hình ảnh.

Hình ảnh cũng có thể được chuyển thành chữ - thậm chí thành cả bảng chữ cái. Trong Hình 9-49, các đường vân hiện ra tự nhiên giống như chữ cái trên hòn đá, và người ta chụp lại để tập hợp thành một bảng chữ cái. Hình 9-50 minh họa ví dụ về một phương án khác, sử dụng đối tượng có sẵn để tạo ra bảng chữ cái. Các letterform trong hình này được tập hợp từ những vật liệu chọn lọc của xưởng vẽ.

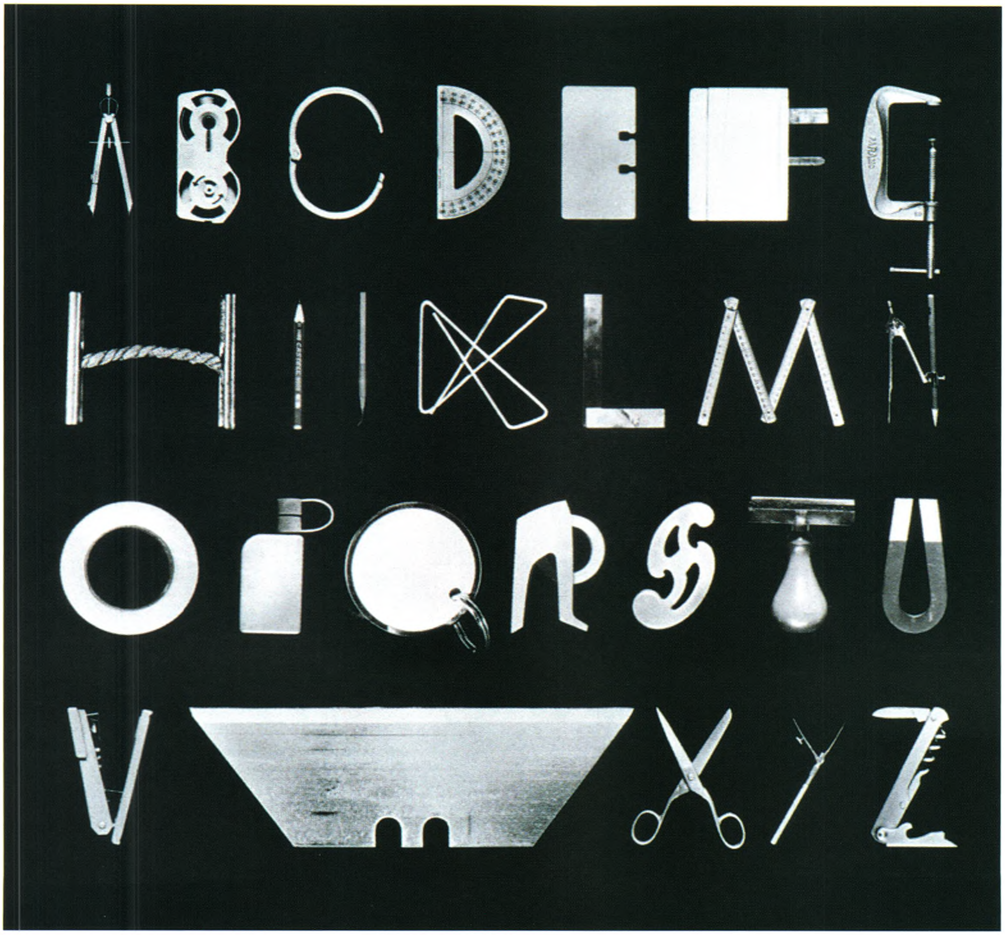
Hình |9-48|

Bìa cuốn catalog, thiết kế của Andy Cruz, Allen Mercer và Jeremy Dean thuộc Công ty House Industries năm 1995.



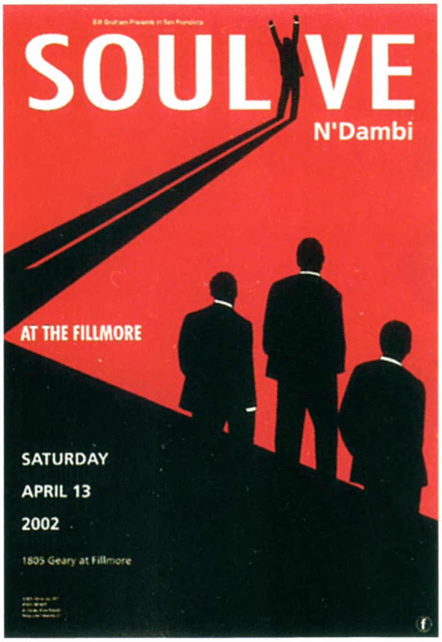
Hình |9-49|

Thiết kế poster của Italo Lupi cho Công ty De Pedrini năm 1991.



Hình |9-50|

Bảng chữ cái sử dụng các đồ vật tại xưởng vẽ, thiết kế *Kurlansky Kaps* của Mervyn Kurlansky thuộc Công ty Thiết kế Pentagram cho Trường Cao đẳng Thực hành Preston năm 1983.



Hình |9-51|

Poster *Soulive*, thiết kế của Jed Morfit thuộc Công ty Jed Morfit Illustration cho Công ty Bill Graham Presents, chỉ đạo nghệ thuật là Arlene Owseichik thuộc Công ty Bill Graham Presents, năm 2002.

Hình ảnh là chữ

Đôi khi, nhà thiết kế sử dụng hình ảnh để thay thế một chữ cái hoặc một từ trong văn bản, mà nếu không dùng cách đó thì sẽ dùng chữ truyền thống để tạo thành. Kỹ thuật này gọi là **thay thế (substitution)**. Hình 9-51 minh họa một ví dụ về kỹ thuật thay thế: Nhân vật người đàn ông thay thế cho chữ cái **I** trong từ "SOULIVE", đồng thời bóng đổ của nhân vật này đặt anh ta ở thế tương quan với các nhân vật khác trong hình.

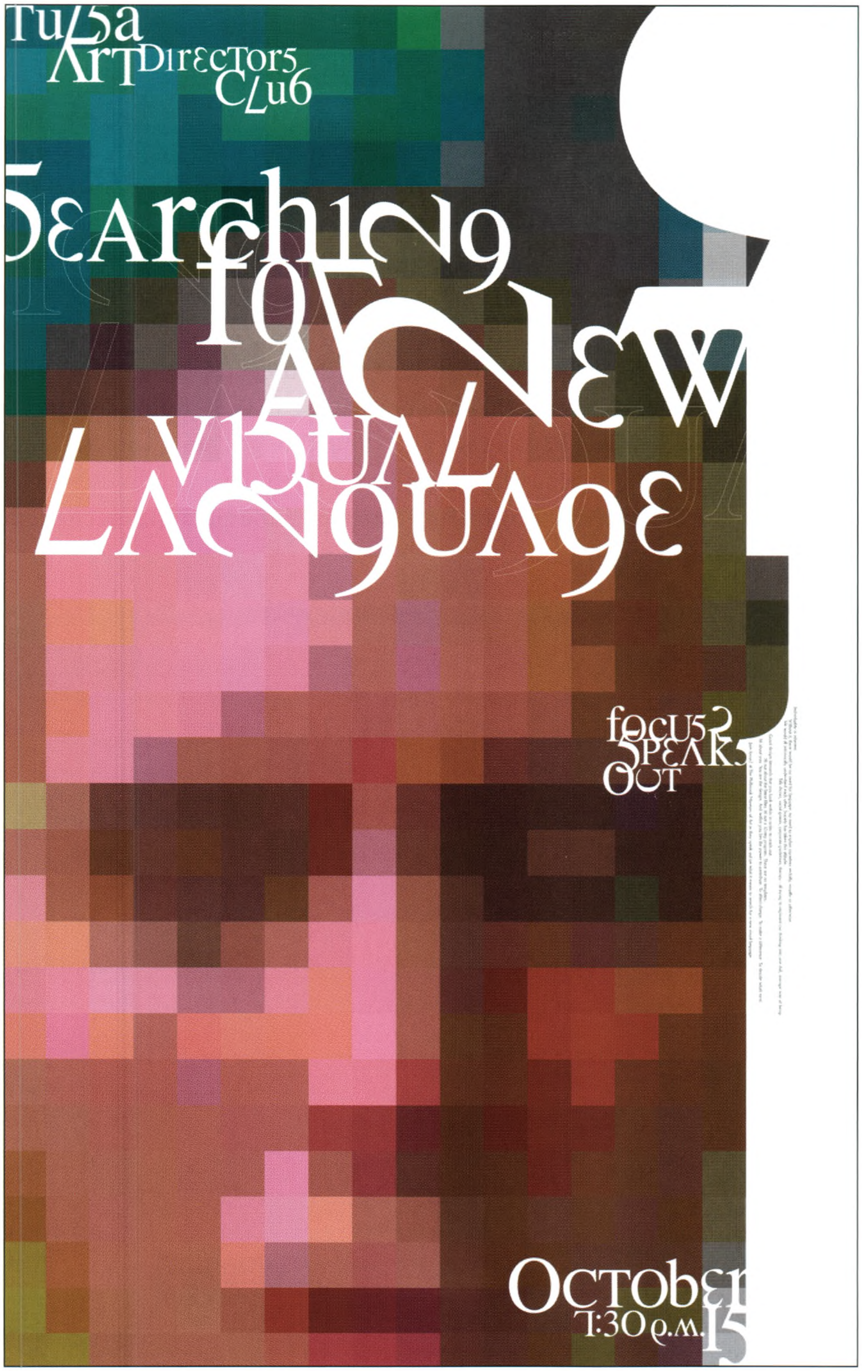
Các thành phần typography trang trí

Nhà thiết kế còn có thể tạo ra các mối quan hệ giữa chữ với biểu tượng, họa tiết, đường kẻ, và/hoặc dấu chỉ hướng, nhằm tạo ra những thiết kế cách tân. Ví dụ, ở bìa cuốn sách minh họa trong Hình 9-52, nhà thiết kế dùng rất nhiều đường kẻ, dấu chỉ hướng, ô văn bản, họa tiết cũng như biểu tượng tới mức thừa thãi, tạo ra một đường định hướng năng động và vui nhộn, gợi nhắc đến hoạt động chạy vòng quanh sân bóng rổ. Hình 9-53 minh họa một bìa sách, trong đó nhà thiết kế đã làm chủ các chữ số một cách sáng tạo để tạo nên những chữ cái ghi thành nhan đề sách, *Searching for a New Visual Language* (tạm dịch: *Tìm kiếm một ngôn ngữ thị giác mới*). Cách sử dụng các biểu tượng dễ nhận biết không theo lối truyền thống đã lặp lại ý nghĩa của nhan đề này.



Hình |9-52|

Thiết kế bìa sách do Carlos Segura thuộc Công ty Segura sáng tạo cho Công ty Gatorade, năm 2002.

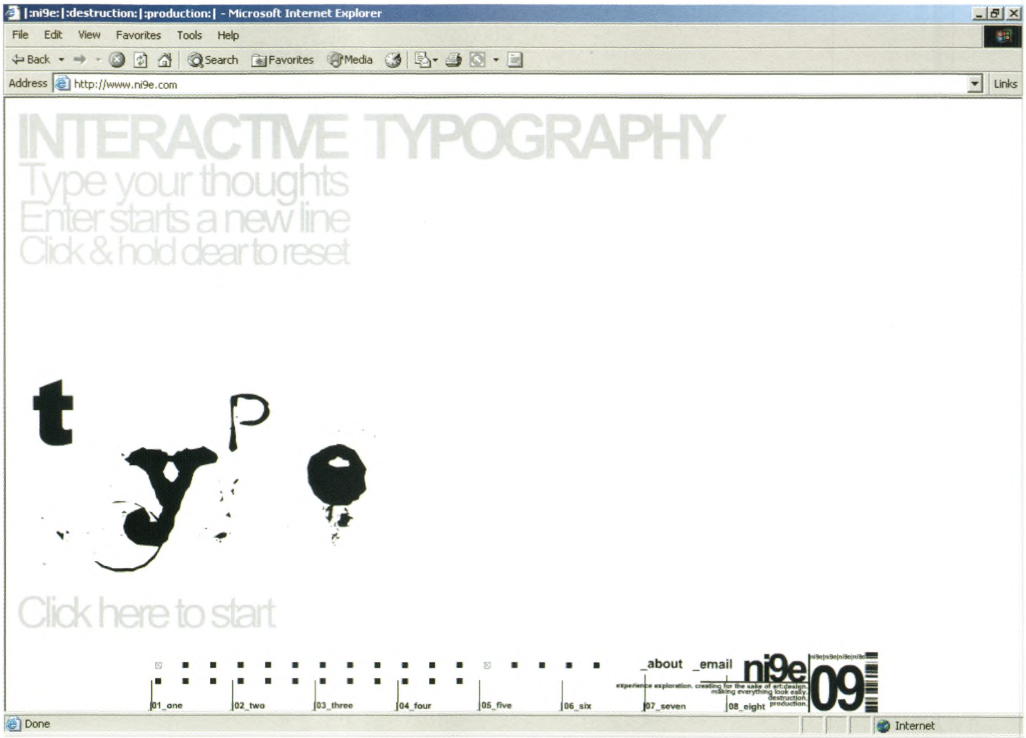


Hình |9-53|

Poster *Searching for a New Visual Language* (tạm dịch: *Tìm kiếm một ngôn ngữ thị giác mới*), thiết kế của Duane King, Giám đốc sáng tạo là Todd Hart, thuộc Công ty Phát triển Thương hiệu focus2 (focus2 Brand Development), năm 1999.

Tính tương tác

Tính tương tác (interactivity) được sử dụng một cách sáng tạo có thể trở thành yếu tố rất cuốn hút và vui nhộn đối với người xem. Sự phát triển gần đây của công nghệ máy tính đã tạo ra nhiều cơ hội thử nghiệm mới về typography. Bạn có thể thấy trên trang Web *www.ni9e.com* (Hình 9-54) một thử nghiệm rất thú vị về typography tương tác, có thể đùa vui với khách truy cập. Đây là một trang Web có nhiệm vụ "khám phá trải nghiệm chữ năng động" và "sáng tạo vì nghệ thuật/thiết kế". Trang trưng bày một chuỗi các bài thơ cũng như trải nghiệm tương tác dạng typography có vận dụng chữ, âm thanh, chuyển động và tính tương tác để khơi lên các mối liên hệ lẫn cảm xúc, đồng thời gợi hứng cho trí tưởng tượng và lối tư duy phản biện. Trang Web này là ví dụ điển hình minh họa cách các nhà thiết kế khám phá những ranh giới của tính tương tác typography.



Hình |9-54|

Ảnh chụp màn hình của "*Typopactive Interactive Typography*" (tạm dịch: *Typography tương tác năng động*), trang Web dẫn từ *www.ni9e.com*, thiết kế của Max Asare thuộc ni9e, năm 2001.

Bạn có thể chiêm ngưỡng một trang Web sử dụng typography tương tác tuyệt đẹp khác làm ngập tràn các giác quan bằng tính sáng tạo, chuyển động và âm thanh có tại địa chỉ *www.daxo.de*. Trang này trình bày trước mắt khách truy cập một font FF Dax vui nhộn. Người xem trở thành người cộng tác khi họ được dẫn qua một mẫu chữ phân tích có tính tương tác giải trí, với một chuỗi họa tiết mà ở đó, người ta có thể khám phá các đặc điểm của font theo tiết tấu do mình tự quyết định.

Khám phá như vậy đi theo sau định dạng của một "bài học" có tên "How to make an FF Dax from a Helvetica" ("Làm thế nào để tạo một font FF Dax từ một font Helvetica"), như minh họa ở Hình 9-55. Trong bản phác thảo hài hước này, người dùng kích hoạt chiếc búa để đập vào chữ cái Helvetica tựa như người thợ rèn đập lên thanh thép, biến nó thành một thành viên của bộ chữ FF Dax. Sau mỗi lượt biến hình, chữ xác nhận "Done!" ("Xong!") hiện ra như những thành viên tham gia đua thưởng, theo sau đó là dòng chữ hấp dẫn "Do it again" ("Làm lại"), mời khán giả chơi thêm.



Hình |9-55|

Ảnh chụp màn hình của trang Web typography tương tác, dẫn từ trang *www.daxo.de*, thiết kế của Hans Reichel thuộc Daxo năm 1997.

Hình |9-56|

Nghệ thuật đại chúng dạng typography (typographic public art), *Eric Morecambe Memorial* (tạm dịch: *Đài tưởng niệm Eric Morecambe*), được Gordon Young & Công ty Why Not Associates thiết kế cho Dự án TERN, Hội đồng Thành phố Lancaster (Lancaster City Council), hoàn tất năm 1999.



Khi công nghệ mới được phát triển, người ta càng tiếp tục mở rộng tính tương tác bằng cách sử dụng máy tính. Tuy nhiên, tính tương tác không nhất thiết chỉ là một hiện tượng liên quan đến máy tính. Hình 9-56 minh họa một ví dụ cho thấy nhà thiết kế đã tạo ra một tác phẩm typography tương tác về mặt vật lý như thế nào. Khán giả tương tác với chữ như một phần trong môi trường của họ. Họ bước đi trên các từ và di chuyển vòng quanh chúng. Sự tương tác thân mật này giữa thiết kế và khán giả đã hình thành một cộng hưởng đồ họa bao bọc, tạo nên một trải nghiệm mạnh mẽ và dạt dào cảm xúc đối với người xem.

Thuật ngữ

thay thế (substitution): sử dụng một hình ảnh để thay thế cho một chữ hoặc từ trong layout.

TỔNG KẾT CHƯƠNG

Do chữ viết vượt qua mọi gợi ý bằng lời và cử chỉ, nên các nhà thiết kế đã bổ sung cộng hưởng đồ họa vào thiết kế của họ bằng cách dùng chữ theo lối biểu đạt, nhằm truyền tải hiệu quả sắc thái và trạng thái, để khơi dậy cảm xúc, cũng như gợi ra các mối liên hệ với những trải nghiệm, ký ức, hiện tượng văn hóa, xúc cảm hoặc các khoảng thời gian quen thuộc. Tương tự tính rõ ràng, cộng hưởng đồ họa cũng đóng vai trò quan trọng đối với việc chuyển tải thông điệp, bởi bằng cách truyền cho chữ các tính chất ngụ ý, nhà thiết kế có thể cải thiện khả năng truyền thông của thiết kế. Đôi khi, nhà thiết kế có thể cố tình làm chữ khớp hoặc sai lệch đi so với thông điệp của nó theo những cách thức sáng tạo, nhằm tạo ra sự nhấn mạnh, lặp lại, hài hòa, mỉa mai, ngạc nhiên và bất hòa.

Để tạo cộng hưởng đồ họa, nhà thiết kế sử dụng nhiều kỹ thuật và phương thức khác nhau, bao gồm hàm thụ trực quan, châm biếm trực quan, phóng đại trực quan, nhịp điệu trực quan, làm méo nhiễu hình, đồng thời sử dụng các thành phần typography trang trí và tính tương tác. Một số phương thức dựa vào nhịp điệu mà nhà thiết kế có thể sử dụng bao gồm sự lặp lại, chồng lấp, chuyển động, căn gióng, giãn cách, sự tương phản và "chơi đùa" với sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc của người xem. Nhà thiết kế còn có thể hình thành cộng hưởng đồ họa bằng cách tạo ra mối quan hệ giữa chữ và hình ảnh, để có thể điều khiển được cách người xem cảm nhận về từng mối quan hệ. Nhà thiết kế cố gắng tối ưu hóa hoạt động truyền thông bằng cách xác định sự kết hợp thích đáng giữa cộng hưởng đồ họa với tính rõ ràng, để đáp ứng từng thách thức trong thiết kế. Sự cân bằng đúng đắn có thể khác nhau tùy thuộc vào đòi hỏi của thông điệp, đối tượng khán giả mục tiêu, yêu cầu của phương tiện truyền thông và mục tiêu của khách hàng.

Hiểu được cách hoạt động truyền thông vận hành có thể giúp nhà thiết kế trở thành người truyền đạt hiệu quả về mặt thị giác. Nghiên cứu về quy trình truyền thông sẽ tiết lộ một số chiến lược rất hữu dụng, hướng dẫn nhà thiết kế cách gia tăng cơ hội truyền tải hiệu quả thông điệp mà họ muốn gửi gắm.

Nhà thiết kế phát minh ra các giải pháp thiết kế sáng tạo bằng cách hình dung ra một loạt giải pháp thay thế cho mọi vấn đề hoặc thách thức thiết kế cho trước. Những giải pháp này khơi dậy tính sáng tạo của cá nhân nhà thiết kế, bằng cách khiến họ trở nên cảnh giác hơn, dễ tiếp nhận các mô phỏng trực quan trước, đồng thời tiến hành brainstorming và suy xét những khả năng có được từ vô vàn ý tưởng có thể xảy đến.

Ôn tập

1. Giải thích quy trình truyền thông.
2. Thảo luận ý kiến của bạn về trách nhiệm xã hội của nhà thiết kế, với vai trò là người tham gia vào quy trình truyền thông đó.
3. Sáng tạo có nghĩa là gì?
4. Cộng hưởng đồ họa là gì?
5. Hàm thụ trực quan là gì?
6. Châm biếm trực quan là gì?
7. Phóng đại trực quan là gì?
8. Nêu một số cách thức mà nhà thiết kế có thể vận dụng để kết hợp chữ với hình ảnh.

Bài tập

1. Xem kỹ một số tạp chí và tìm ví dụ cho từng khái niệm sau: Hàm thụ trực quan, châm biếm trực quan, phóng đại trực quan và thay thế. Xem xét sự khác biệt.
2. Tìm một ví dụ về thiết kế đã được xuất bản (trong sách, tạp chí,...) cho thấy việc phá vỡ một "quy tắc" typography truyền thống. Hãy xem liệu tác phẩm đó có truyền đạt hiệu quả không, tại sao hiệu quả hoặc tại sao không.
3. Truy cập các trang Web cung cấp những font có thể tải về miễn phí. Chọn những font biểu hiện được các tính chất ngụ ý cho từng từ sau:
    - Vui sướng.
    - Phức tạp.
    - Ganh ghét.
    - Hồi hộp.
    - Tinh vi.
    - Thiếu cân bằng.
    - Hà tiện.
    - Trắc ẩn.

Bài tập

4. Tải về những font miễn phí mà bạn đã tìm thấy ở bài trước, sau đó in các từ được liệt kê theo những font chọc lọc. Bên cạnh mỗi từ, hãy ghi chú những thành phần của font góp phần vào hoặc tạo ra các tính chất ngụ ý.

5. Tạo một cuốn scrapbook về chữ. Thu thập ít nhất 20 ví dụ chữ tìm thấy được khiến bạn ấn tượng (hình ảnh tùy chọn). Ghép các chữ lại thành một cuốn scrapbook. Ghi chú bên cạnh từng chữ và nêu suy nghĩ của bạn về mỗi chữ. Scrapbook nên phản ánh góc nhìn của cá nhân bạn dưới vai trò là một nhà thiết kế; hãy đối xử với layout của từng trang như là một thách thức mới về thiết kế.

6. Tạo bảng chữ cái từ những đối tượng nhân tạo hay tự nhiên tìm thấy được và/hoặc từ các ảnh chụp. Xác định xem bạn sẽ dùng loại đối tượng nào, và nên làm việc với chữ hoa hay chữ thường, để bảng chữ cái của bạn trông gắn kết nhau. Thiết lập các đường gióng về chủ đề lẫn cấu trúc để tạo tính nhất quán cho typeface mới của bạn, bao gồm chủ đề, stroke weight, sự tương phản, hướng nhấn nét, nét cuối, serif, x-height, chất liệu, kết cấu/cấu trúc bề mặt,... Khi đã hoàn tất bảng chữ cái, bạn hãy tạo một tờ mẫu chữ cho bảng chữ cái mới đó.

7. Ghép chữ và hình ảnh tìm thấy được để tạo ra một câu chuyện bằng typography, minh họa cho một khung cảnh trong giấc mơ của bạn. Hãy kết hợp chữ với hình ảnh theo bất cứ cách nào bạn muốn để tạo ra cộng hưởng đồ họa.

8. Chọn một sự kiện lịch sử, một hiện tượng xã hội hoặc một thành ngữ. Tạo một layout bằng chữ có thể chuyển tải được thông điệp của sự lựa chọn đó, đồng thời công khai chống lại một quy tắc thiết kế đã được bàn luận ở các chương trước. Bạn có thể chọn lờ đi sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc, dùng nhiều typeface khác nhau, đặt chữ lên trên nền, làm biến dạng chữ hoặc sử dụng các vùng không gian âm vụng về trong layout của bạn để gây khó khăn cho việc đọc. Hãy xem xét các chiến lược của bạn về việc áp dụng quy tắc phá vỡ đó để tạo lợi thế cho thiết kế.



Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Elizabeth Nevin, thuộc Nhà xuất bản Briar.

T THUẬT NGỮ

alley (khoảng cách giữa hai cột văn bản): vùng không gian âm hẹp chia tách các cột.

apex (đỉnh trên): điểm mà tại đó, hai nét xiên hướng lên trên của một letterform giao nhau.

ascender (nét xổ trên dòng): phần kéo dài lên phía trên x-height của một ký tự thường.

bảng chú thích (callout): tên của mục được minh họa, được chỉ ra bởi đường thẳng hoặc mũi tên.

biểu đồ thị giác (visual hierarchy): thứ tự quan trọng của các thành phần trong layout, được thể hiện bằng cách áp dụng nguyên lý của sự nhấn mạnh và các thành phần typography như thanh crossbar, các quy tắc và dấu chấm tròn.

bộ chữ (sort): một mảnh chữ kim loại hình chữ nhật được sử dụng trong quy trình in khuôn nổi.

body size (kích thước thân): chiều cao mặt của một loại chữ hoặc phiên bản kỹ thuật số tương ứng.

căn gióng (alignment): cho thấy mối tương quan giữa văn bản trên trang với lề trang.

căn gióng văn bản bất đối xứng (asymmetrical text alignment): căn gióng văn bản không xét đến lề trái hay lề phải.

căn gióng văn bản chạy vòng quanh đối tượng (runaround text alignment): văn bản bao xung quanh các hình vẽ đồ họa hoặc các thành phần văn bản trong một layout.

căn gióng văn bản ở giữa (centered text alignment): căn đều giữa lề trái và lề phải của khối văn bản.

căn gióng văn bản theo đường nét (contoured text alignment): văn bản được sắp đặt để tạo ra hoặc lấp đầy một hình cụ thể.

căn gióng văn bản theo hình dạng cụ thể (concrete text alignment): văn bản được tạo thành hình dạng minh họa cho ý tưởng hoặc từ mà văn bản mô tả.

căn gióng văn bản theo khuôn hình (shaped text alignment): văn bản chạy dọc theo một đường cong hoặc một dòng hay hình dạng không theo quy tắc.

cap height (chiều cao đỉnh): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao của các chữ cái hoa trong một typeface.

châm biếm trực quan (visual irony): sử dụng lời lẽ châm biếm và sự ngạc nhiên để truyền tải thông điệp nhờ lựa chọn có chủ ý các typeface tương phản với nội dung văn bản.

chân trang (**footer** hay **running foot**)**:** văn bản chạy dọc theo lề dưới cùng trên nhiều trang của ấn phẩm, thường đưa ra thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang; có thể chứa cả chú thích cuối trang (footnote).

chồng lệch màu (misregistration): hiện tượng lệch trong quá trình tách màu và/hoặc khi các màu lân cận được in lên vật liệu.

chữ Display (Display type): các chữ khổ lớn và/hoặc mang tính trang trí dùng

để thu hút sự chú ý; thường được dùng cho dòng tiêu đề (title), phụ đề (heading) hoặc đề mục (headline).

chữ roman (roman): typeface vuông vắn, không italic và có phần serif.

chú thích (caption): dòng hay đoạn văn ngắn, giải thích hoặc mô tả ảnh hay hình vẽ đồ họa gần đó.

cộng hưởng đồ họa (graphic resonance): giọng điệu nằm bên dưới thiết kế, được thiết lập bằng cách tận dụng các yếu tố ngụ ý trong bản thiết kế.

counter (lòng trong): vùng mà không gian được chứa hoặc đóng kín bởi một letterform.

counterform (vùng nền của ký tự): các không gian âm ở bên trong và xung quanh letterform.

crotch (đáy chữ): vùng counter nhọn vốn là điểm giao nhau giữa hai nét của một ký tự.

danh sách (list): một chuỗi các phần tử có liên quan đến nhau.

dấu (diacritical mark/accent mark): chỉ một dấu, điểm, hoặc ký hiệu - chẳng hạn như dấu móc dưới (cedilla), dấu ngã (tilde), dấu mũ (circumflex), dấu gạch trên đầu (macron) - được thêm hoặc gắn vào chữ cái để chỉ cách phát âm.

dấu hiệu (marker): dấu cho biết vị trí của một thành phần lặp lại trong một layout, ví dụ như đầu trang (running foot) hoặc số trang (folio).

descender (nét xổ dưới dòng): phần của một ký tự thường kéo dài xuống bên dưới đường baseline.

dòng chảy khoảng trắng (white river): không gian âm màu trắng bên trong một khối văn bản trông như đang "chảy" xuống trang, thường xuất hiện do giãn cách từ không thống nhất.

dòng lẻ đầu (orphan): dòng đầu tiên của đoạn văn, bị cô lập tại vị trí dưới cùng của một cột hoặc trang.

dòng lẻ kết (widow): một hoặc hai từ của một đoạn văn, bị cô lập tại vị trí dưới cùng của trang hoặc vị trí trên cùng của một cột hoặc trang mới.

đầu đề (headline): tiêu đề của bài báo hoặc layout, được dùng để thu hút sự chú ý.

đầu trang (header hay **running head):** văn bản xuất hiện xuyên suốt ở lề trên cùng của các trang trong ấn phẩm, thường cung cấp thông tin định hướng như tiêu đề, ngày tháng hoặc số trang.

định dạng (format): diện tích tổng thể của layout, được xác định bởi các cạnh bên ngoài của trang.

độ tương phản (contrast): 1. sự khác nhau giữa các thành phần được so sánh; 2. thể hiện những phẩm chất không tương đồng khi đối sánh; 3. để so sánh sự khác nhau; 4. đối với chữ, đó là khác nhau về mức độ weight giữa nét dày nhất với nét mảnh nhất.

đóng kín (closure): hoàn thành, kết thúc.

đường ascender/đường trên cùng (ascender line): đường có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao chính xác của các chữ cái thường và cao trong một typeface như **b**, **d**, **f**, **h**, **k**, **l**; đối với một số typeface, đường này giống như đường baseline.

đường baseline (baseline): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng mà những chữ cái tạo nên một từ nằm trên đó sao cho các ký tự xuất hiện thẳng hàng.

đường cắt (trim line) hay **dấu xén (trim mark):** đường thẳng hoặc dấu cho biết vị trí đường xén giấy sẽ được cắt sau in.

đường cong Bézier (Bézier curve): các hình dạng bo tròn xác định theo toán học được tạo ra bằng cách thiết đặt những điểm cuối (endpoint) - hoặc điểm neo (anchor point) - sau đó tái định dạng lại bằng cách di chuyển các điểm kiểm soát (control point) - hoặc handle.

đường descender/đường dưới cùng (descender line): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị độ dài chính xác của các chữ cái thường **g**, **j**, **p**, **q** và **y** trong một typeface.

đường gióng phụ trợ (overshoot guideline): một tập các đường gióng được đặt nhô lên trên hoặc dưới các đường gióng chuẩn, dùng cho các thiết kế letterform cần điều chỉnh quang học, nhằm "đền bù" cho ảo giác xuất hiện ở những chữ cái bo tròn và đỉnh nhọn khi chúng có vẻ nhỏ hơn các chữ cái khác ở cùng kích cỡ.

đường waistline (eo/thắt lưng): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng biểu thị chiều cao phần thân của các chữ cái thường, dáng cao (thường giống đường baseline).

em hoặc **em vuông:** đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typface ở một kích thước point cụ thể; 1 em luôn là một đơn vị vuông có chiều dài bằng chiều rộng và bằng kích thước point của một typeface cụ thể.

en hoặc **en vuông:** đơn vị đo tương đối dùng để so sánh kích thước của các ký tự với khoảng cách trong một typface ở một kích thước point cụ thể; 1 en luôn bằng ½ kích thước của 1 em.

eye (mắt chữ): phần counter nhỏ của ký tự **e** thường.

font (phông chữ): tập hợp bao gồm tất cả các ký tự của một typeface cụ thể, cần thiết cho việc sắp chữ.

font bitmap (hoặc **font raster**): những letterform được tạo dựng bằng cách mã hóa những ánh xạ có vai trò hướng dẫn máy tính nên bật các pixel trên màn hình để hình thành một ký tự cụ thể.

font outline (hoặc **font vector**): những letterform được máy tính hiểu như một chuỗi các điểm tạo thành đường viền (outline) của các letterform; đường viền này có thể co giãn theo bất cứ kích thước nào mà không làm mất đi tính nguyên vẹn của hình dạng chữ.

glyph: hình ảnh biểu diễn của một chữ.

gutter (khoảng cách văn bản giữa hai trang liền kề): không gian hình thành bởi hai lề bên trong layout của một cuốn sách hoặc tạp chí nằm gần bìa sách nhất.

gutter jump: một thành phần typography hoặc thành phần đồ họa kéo dài qua phần gutter (khoảng cách văn bản giữa hai trang liền kề) để có mặt tại các khu vực thuộc cả hai trang của một trang đôi.

hàm thụ trực quan (visual correspondence): sự lặp lại của một thông điệp bằng cách sử dụng một typeface có mối liên hệ với nội dung của văn bản.

họ chữ (type family): 1. tập hợp chữ bao gồm một typeface cụ thể và tất cả các kiểu chữ của typeface đó; 2. một hệ mà chữ được phân vào; dựa trên nguồn gốc lịch sử và đặc điểm tạo hình của các letterform.

hòa sắc chữ (typography color): tổng thể độ đậm nhạt về hòa sắc của khối văn bản trên một trang giấy, được lĩnh hội khi mắt kết hợp các hình âm và hình dương trong layout.

hướng nhấn nét (angle of stress): góc mà các nét chính của một typeface hướng theo so với đường baseline.

ideogram (chữ tượng ý): hình ảnh tượng trưng cho một khái niệm hoặc ý tưởng.

in chìm (intaglio): bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm bên dưới bề mặt của bản khắc.

in nổi (relief printing): bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm trên bề mặt chạm nổi.

in phẳng (planography): bất cứ quy trình in ấn nào có mực nằm trên một bề mặt phẳng nhẵn.

in thạch bản (lithography): quy trình in phẳng dựa trên việc xử lý đá vôi để hút mực vào một số vị trí, sau đó đẩy mực lên các chất liệu khác.

incunabula (những cuốn sách in đầu tiên): thuật ngữ chỉ các cuốn sách được tạo ra trong thời kỳ chuyển đổi từ bản thảo viết tay sang sách in; tiếng Latinh có nghĩa là "cái nôi ("cradle") hay "thuở sơ khai" ("swaddling cloth").

kerning: điều chỉnh khoảng cách giữa hai ký tự liền kề của chữ.

khối trích dẫn (block quotation): một trích dẫn dài hơn vài dòng, được thiết lập tách biệt, tăng khoảng cách dòng trước cũng như sau khối trích dẫn và thường thụt lề.

khử răng cưa (anti-aliasing), hay **làm mượt font (font smoothing):** thực hiện việc làm mượt quang học cạnh răng cưa của một glyph trên màn hình máy tính bằng cách phân tích viền của glyph đó rồi bật các pixel ở vị trí chiến lược với những độ ghi khác nhau dọc phần rìa của nó lên.

khung giới hạn (bounding box): khung ẩn bao xung quanh một đối tượng có hình dạng khác thường để căn gióng đối tượng theo một ô lưới.

kịch bản hình ảnh (storyboard): một tập các khung hình phác thảo hoặc render (kết xuất), chúng biểu thị layout, những hành động, và việc tính toán thời gian cho một thiết kế hoạt động dựa vào thời gian hoặc có tính tương tác.

kiểu chữ (type style): phiên bản chỉnh sửa của một typeface.

knockout: loại văn bản thực chất không được in mà được cắt từ một vùng liền được in màu. Hình dạng của chữ cái được tạo thành thông qua các không gian âm (negative space) bao quanh letterform (mặt chữ), song bản thân văn bản vẫn giữ nguyên màu của giấy in.

kỹ thuật điều tiết (hinting): một tiến trình mã hóa các thông tin bổ sung và đưa vào file font để hướng dẫn cho máy tính cách hiệu chỉnh viền của một ký tự ở những kích thước khác nhau nhằm tương hợp với ô lưới pixel của màn hình.

làm méo nhiễu hình (visual distortion): sự biến đổi hoặc biến dạng của các letterform để điều khiển thông điệp mà các từ đó truyền tải.

layout (bố cục dàn trang): sự sắp đặt văn bản và đối tượng trên một trang.

lề (margin): những khoảng không gian âm nằm giữa các cạnh bên ngoài của vùng ô lưới và định dạng.

leading/line spacing (khoảng cách dòng): khoảng cách giữa hai phạm vi dòng chữ liên tiếp trên một trang hoặc layout.

leading (phát âm là led-ing): Là một dải chì mỏng được đặt vào giữa các dòng chữ trong quy trình in khuôn nổi; khoảng cách giữa hai dòng chữ liên tiếp trên một trang giấy hoặc layout (line spacing).

letterspace (khoảng cách chữ): khoảng cách giữa hai chữ cái trong một từ.

letterspacing (tracking): 1. tập hợp letterspace bên trong một chuỗi hoặc khối văn bản; 2. điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

ligature (chữ ghép): cặp chữ được gắn với nhau để tạo thành một ký tự duy nhất.

logogram (dấu tốc ký): một ký hiệu đại diện cho toàn bộ một từ, ví dụ như ©, **$** hoặc #.

nét (stroke): đường riêng rẽ có thể thẳng hoặc cong dùng để tạo nên một ký tự.

nét arm (tay): nét phụ kéo dài theo phương ngang hoặc hướng lên trên từ nét stem và kết thúc tự do.

nét barb (ngạnh): phần serif ngắn hơn ở một đầu, thường thấy ở nét cuối của một nét cong.

nét beak (mỏ): một nửa của phần serif tại nét cuối của một nét thẳng.

nét bowl (cung tròn): nét cong khép kín một counter.

nét cross (cross stroke): nét phụ giao cắt với nét stem.

nét cuối (terminal): điểm cuối của một nét, có thể có serif hoặc không có serif.

nét ear (tai): một nét nhỏ đôi khi kéo dài từ phần ascent của chữ g thường.

nét hairline (hairline stroke): nét phụ của ký tự, thường mảnh hơn nét stem

nét leg (chân): nét phụ kéo dài xuống phía dưới từ nét stem cho tới đường baseline và kết thúc tự do.

nét link: một nét nối nhỏ giữa phần loop và bowl trên của chữ g thường.

nét loop: một nét cong nhỏ hoặc bowl của chữ **g** thường.

nét shoulder (vai): vùng chuyển tiếp của một nét từ cong sang thẳng.

nét spine (sống chữ): nét cong chính của chữ **S**.

nét spur: một nét nhỏ đôi khi thấy ở phía bên phải phần đáy của chữ **G** hoa.

nét stem (stem stroke): nét thẳng, xiên hoặc cong chính của một ký tự, thường dày hơn các nét khác của ký tự.

nét swash (nét uốn lượn): một nét mở rộng có tính trang trí đôi khi nhô ra khỏi nét cuối, thường thấy ở các letterform viết tay.

nét tail (đuôi): nét nhỏ ở đáy chữ **Q** hoa, phân biệt nó với chữ **O** hoa; đôi khi, phần descender của các ký tự **j**, **p**, **q** và **y** thường cũng được gọi là nét tail.

nhịp điệu trực quan (visual rhythm): nhịp điệu được khơi gợi trực quan nhờ sử dụng nguyên lý của sự lặp lại, sự chồng lấp, chuyển động, căn gióng, giãn cách, sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc và độ tương phản.

ô lưới (grid): một framework bao gồm các đường gióng hình thành nên cấu trúc cơ bản cho một layout, bằng cách chia layout thành những đơn vị không gian có thể chứa văn bản, hình ảnh hoặc không gian âm.

petroglyph (tranh khắc đá): một tác phẩm chạm khắc lên đá (rock engraving).

phạm vi dòng (measure): độ dài của một dòng văn bản, còn được gọi là cự ly dòng (line length).

phần ascent (ascent): khu vực của một em vuông nằm trên đường baseline.

phần descent (descent): khu vực của một em vuông nằm dưới đường baseline.

phép ghép (juxtaposition): sắp đặt các đối tượng trong mối liên hệ với đối tượng khác.

phóng đại trực quan (visual exaggeration): phóng đại một thông điệp bằng cách điều khiển và sắp đặt văn bản những cách thức dường như sẽ hành động theo nội dung của văn bản, hoặc cố gắng mô phỏng trải nghiệm đang được mô tả.

phonogram (chữ tượng thanh): những ký hiệu tượng trưng cho âm thanh được nói ra.

phụ đề (subhead): đầu đề phụ thứ hai, phân chia và tổ chức văn bản nội dung.

pica: đơn vị đo kích thước chữ có giá trị bằng 1/6 của 1 inch.

pictogram (chữ tượng hình): hình ảnh được giản thể minh họa cho một từ cụ thể.

pictograph (chữ vẽ hình): các bức vẽ trên đá (rock painting) thời tiền sử; còn gọi là pictogram.

pixel (điểm ảnh): đơn vị ô lưới nhỏ nhất của thông tin đồ họa có thể được điều khiển để hiển thị một màu hoặc giá trị xác định trên màn hình máy tính CRT (Cathode-Ray Tube - Ống phóng điện tử chân không).

point: đơn vị đo kích thước chữ có giá trị bằng 1/72 của 1 inch.

quy hoạch thị giác/phân chia bố cục (visual program): tập các tham số hướng dẫn cách chữ và hình ảnh cần liên kết nhất quán với ô lưới.

raster hóa (rasterize): chuyển đổi một font outline thành ảnh bitmap với kích thước chọn trước.

sans serif: typeface không có phần serif (thường được dùng ở dạng tính từ: sans-serif).

serif: phần mở rộng tại nét cuối của một letterform; còn được gọi là typeface có phần serif.

serif có phần đỡ (bracketed serif): dạng serif có giao nét hình nêm gắn phần này với nét stem, tạo sự chuyển tiếp mượt mà giữa các nét này.

set width (độ rộng đồng bộ/tỷ lệ rộng trên chiều cao): độ rộng của một ký tự so với cap height của ký tự đó.

sidebar (khối nội dung cơ bản bên cạnh trang): thông tin được tách riêng ra khỏi phần văn bản nội dung chính, thường được bao kín trong ô.

số canh thẳng (lining numeral): các ký tự số mà về mặt quang học nằm trên đường baseline và kéo dài tới cap height.

số kiểu cổ điển (old-style numeral): các ký tự số bao gồm một vài ký tự (**3**, **4**, **5**, **7** và **9**) rơi xuống dưới đường baseline cho tới đường descender) và chỉ kéo dài tới x-height.

số trang (folio): chỉ đơn giản là số của trang.

solid leading: các phạm vi dòng liên tiếp của chữ khi chưa thêm line spacing vào giữa chúng.

stroke weight (độ đậm của nét): độ dày của các nét riêng lẻ trong một ký tự.

sự dẫn mắt/sự điều hướng đọc (reading gravity): hiện tượng mô tả thói quen đọc về mặt vật lý của độc giả tác động ra sao đến xu thế định hướng của họ khi gặp một trang hoặc layout.

sự nhấn mạnh (emphasis): nguyên lý thiết kế mà tại đó, thành phần được chọn trong layout được làm nổi bật hơn các thành phần khác, nhằm thu hút sự chú ý và để chỉ ra tầm quan trọng tương đối.

thanh crossbar (crossbar): nét phụ nằm ngang nối giữa hai nét chính.

thay thế (substitution): sử dụng một ảnh để thay thế cho một chữ hoặc từ trong layout.

thuật khắc gỗ (xylography): quy trình in nổi có các hình ảnh chạm nổi và chữ thư pháp được khắc lên những phiến gỗ, sau đó được tô mực.

tính dễ đọc (readibility): mức độ dễ dàng của việc đọc và điều hướng một trang văn bản.

tính rõ ràng (legibility): mức độ dễ dàng mà nhờ đó, độc giả có thể nhận biết và phân biệt được các letterform với nhau.

tracking (letterspacing): điều chỉnh khoảng cách giữa các ký tự trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

trang đôi (spread): hai trang liền nhau của một cuốn sách hoặc tạp chí đang mở, tạo nên một layout liên tục.

trapping: một cách xử lý hiện tượng chồng lệch màu, được thực hiện bằng cách mở rộng một chút phần hình có màu sáng hơn trong hai hình tiếp xúc nhau sao cho nó hơi chồng lên hình có màu tối hơn.

trích đoạn (pull-quote): một câu văn trích từ văn bản nội dung chính, được thiết lập riêng rẽ với kích thước point lớn hơn.

trường (field): môđun của ô lưới, là nơi đặt văn bản và hình ảnh.

tương phản (contrast): 1. sự khác nhau giữa các thành phần được so sánh; 2. phô bày các đặc tính khác nhau khi so sánh; 3. so sánh sự khác nhau; 4. trong chữ, đây chính là sự

biến đổi giữa các set weight mỏng nhất và dày nhất của ký tự.

tỷ lệ x-height (x-height ratio): chiều cao của các ký tự thường trong một typeface (những ký tự không có phần ascender) so với cap height của typeface đó, thường được đo bằng cách lấy ký tự x thường làm chuẩn.

type (chữ): 1. bộ chữ kim loại dùng để in các letterform; 2. văn bản được sắp chữ; 3. các ký tự được in.

typeface (kiểu chữ): tập hợp các letterform được thiết kế đặc biệt để hòa hợp với nhau.

typography (môn chữ ứng dụng học): lĩnh vực nghiên cứu, sử dụng và thiết kế chữ.

văn bản căn đều (justified text): dàn đều hai lề trái và phải của khối văn bản.

văn bản căn phải (right-aligned text), còn gọi là **căn thẳng phải/nhấp nhô bên trái (flush right/ragged left):** dàn đều lề phải của khối văn bản, nhưng không đều ở lề trái.

văn bản căn trái (left-aligned text), còn gọi là **căn thẳng trái/nhấp nhô bên phải (flush left/ragged right):** dàn đều lề trái của khối văn bản, nhưng không đều ở lề phải.

văn bản hai lề đều thẳng (justified text): căn đều hai lề trái và phải của khối văn bản.

văn bản nội dung (body type, hay còn gọi là **text type**, **body text):** chữ được sử dụng cho các đoạn văn dài hoặc phần chính của một văn bản.

văn bản trình bày (display text): các chữ lớn và/hoặc mang tính trang trí dùng để thu hút sự chú ý; thường được sử dụng cho dòng tiêu đề, phụ đề hoặc đề mục.

vertex (đỉnh dưới): điểm mà tại đó, hai nét xiên hướng xuống dưới của một letterform giao nhau.

vùng bù xén (bleed): thành phần typography hoặc thành phần đồ họa mở rộng, vượt ra khỏi đường cắt của layout.

vùng đệm hai bên (sidebearing): khoảng trống bên trái và bên phải của một letterform trên một khay chữ hoặc phương tiện kỹ thuật số tương đương.

vùng ô lưới (grid area, còn gọi là **trang văn bản** hay **vùng văn bản):** vùng hiệu dụng bên trong định dạng, là nơi có thể đặt văn bản và hình ảnh.

watermark (dấu nổi): một kiểu trademark (nhãn hiệu thương mại) được lồng vào trong giấy viết loại tốt bằng cách đặt một thiết kế nổi vào trong khuôn giấy; những ký hiệu này có thể nhìn thấy được khi đưa giấy ra ngoài ánh sáng.

word spacing (khoảng cách từ): khoảng cách giữa các từ liền kề trong một chuỗi hoặc khối văn bản.

x-height (chiều cao cơ sở): đường ngang có thật hoặc tưởng tượng cho thấy chiều cao của các chữ cái thường trong một typeface.

yếu tố ngụ ý (connotative element): khơi lên cảm xúc hoặc gợi ra mối liên hệ với những trải nghiệm và ký ức quen thuộc.



Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Elizabeth Nevin, thuộc Nhà xuất bản Briar.

THƯ MỤC

THƯ MỤC CHỌN LỌC

Adbusters: Journal of the Mental Environment (tạm dịch: *Adbusters: Tạp chí Môi trường vận động trí óc*) 51, Tập 12, Số 1 (tháng 01/tháng 03 năm 2004).

Ashwin, Clive. *History of Graphic Design and Communication, A Source Book* (tạm dịch: *Cuốn sách đầu tiên về nguồn gốc lịch sử của thiết kế đồ họa và truyền thông*). London: Nhà xuất bản Pembridge, 1983.

Baines, Phil và Andrew Haslam. *Type and Typography* (tạm dịch: *Chữ và typography*). New York: Nhà xuất bản Watson-Guptill, 2002.

Beauchamp, Monte. *Blab 13* (tạm dịch: *Người tiết lộ bí mật thứ 13*) (mùa Thu năm 2002).

Bellantoni, Jeff và Matt Woolman. *Moving Type: Designing for Time and Space* (tạm dịch: *Chữ có thể di chuyển: Thiết kế cho thời gian và không gian*). Thụy Sỹ: RotoVision, 2000.

———. *Type in Motion* (tạm dịch: *Chữ chuyển động*). New York: Nhà xuất bản quốc tế Rizzoli, 1999.

Berry, W. Turner và H. Edmund Poole. *Annals of Printing: A Chronological Encyclopaedia from the Earliest Times to 1950* (tạm dịch: *Biên niên sử ngành in: Bách khoa thư niên đại từ thời sơ khai tới năm 1950*). London: Nhà xuất bản Blandford, 1966.

Booth-Clibborn, Edward và Daniele Baroni. *The Language of Graphics* (tạm dịch: *Ngôn ngữ đồ họa*). New York: Nhà xuất bản Harry N. Abrams, 1979.

Bosshard, Hans Rudolf. *The Typographic Grid* (tạm dịch: *Ô lưới typography*). Thụy Sỹ: Niggli Verlag AG, 2002.

Cabarga, Leslie. *Logo, Font & Lettering Bible* (tạm dịch: *Logo, font và chế tác chữ trong Kinh Thánh*). Cincinnati, OH: How Design Books, 2004.

Carlson, Jeff; Toby Malina; và Glenn Fleishman. *Typography: The Best Work from the Web* (tạm dịch: *Typography: Tác phẩm tuyệt vời nhất từ Web*). Gloucester, MA: Rockport, 1999.

Carter, Harry và H. D. L. Vervliet. *Civilité Types* (tạm dịch: *Chữ lễ nghi*). Anh quốc: Nhà xuất bản Đại học Oxford, 1966.

Carter, Rob. *Digital Color and Type* (tạm dịch: *Chữ và màu sắc kỹ thuật số*). Thụy Sỹ: RotoVision, 2002.

Carter, Rob; Ben Day và Philip Meggs. *Typographic Design: Form and Communication* (tạm dịch: *Thiết kế typography: Hình thức và truyền thông*). New Jersey: Nhà xuất bản John Wiley & Sons, 2002.

Chappell, Warren và Robert Bringhurst. *A Short History of the Printed Word* (tạm dịch: *Lược sử về chữ in ấn*). Point Roberts, WA: Nhà xuất bản Hartley & Marks, 1999.

Clair, Colin. *A Chronology of Printing* (tạm dịch: *Niên biểu ngành in*). New York: Frederick A. Praeger, 1969.

Clair, Kate. *A Typographic Workbook* (tạm dịch: *Sách bài tập về typography*). New York: Nhà xuất bản John Wiley & Sons, 1999.

Cleaver, Wilbur Fisk. *Five Centuries of Printing: A Compilation of Important Events in the History of Typography* (tạm dịch: *Năm thế kỷ ngành in: Bộ sưu tập các sự kiện quan trọng trong lịch sử typography*). Johnstown, PA: High School Print Shop, 1932.

Cost, Frank. *Pocket Guide to Digital Printing* (tạm dịch: *Tài liệu bỏ túi hướng dẫn về in ấn kỹ thuật số*). New York: Thomson Delmar Learning, 1997.

Craig, James. *Designing with Type: A Basic Course in Typography* (tạm dịch: *Thiết kế với chữ: Khóa học typography cơ bản*). New York: Nhà xuất bản Watson-Guptill, 1999.

Craig, James và Bruce Barton. *Thirty Centuries of Graphic Design* (tạm dịch: *Ba mươi thế kỷ thiết kế đồ họa*). New York: Nhà xuất bản Watson-Guptill, 1987.

Cullen, Cheryl Dangel. *The Best of Brochure Design 6* (tạm dịch: *Những thiết kế brochure tốt nhất 6*). Gloucester, MA: Nhà xuất bản Rockport, 2001.

Darling, Harold. *From Mother Goose to Dr. Seuss* (tạm dịch: *Từ người mẹ khờ đến Tiến sỹ Seus*). San Francisco: Nhà xuất bản Chronicle Books, 1995.

Davis, Susan. *Typography 23: The Annual of the Type Directors Club* (tạm dịch: *Typography - Số 23: Ấn bản thường niên của Câu lạc bộ Type Directors*). Hong Kong: Nhà xuất bản HBI, 2002.

Earls, David. *Designing Typefaces* (tạm dịch: *Thiết kế typeface*). Thụy Sỹ: RotoVision, 2002.

Eason, Ron và Sarah Rookledge. *Rookledge's International Handbook of Type Designers: A Biographical Directory* (tạm dịch: *Sổ tay hướng dẫn phiên bản quốc tế của Rookledge cho nhà thiết kế chữ: Thư mục tiểu sử*). Vương quốc Anh: Nhà xuất bản Sarema, 1991.

Elam, Kimberly. *Geometry of Design* (tạm dịch: *Hình họa của thiết kế*). New York: Nhà xuất bản Princeton Architectural, 2001.

Ernst, Sandra B. *The ABC's of Typography* (tạm dịch: *Typography của bảng chữ cái ABC*). New York: Công ty Art Direction Book, 1984.

Felici, James. *The Complete Manual of Typography* (tạm dịch: *Bộ cẩm nang cung cấp kiến thức toàn diện về typography*). Berkley, CA: Nhà xuất bản Adobe, 2002.

Fishel, Catharine. *Minimal Graphics* (tạm dịch: *Đồ họa tối giản*). Gloucester, MA: Nhà xuất bản Rockport, 1999.

Foges, Chris. *Magazine Design* (tạm dịch: *Thiết kế tạp chí*). Thụy Sỹ: RotoVision, 1999.

Friedl, Friedrich; Nicolaus Ott; và Bernard Stein. *Typography: An Encyclopedic Survey of Type Design and Techniques Throughout History* (tạm dịch: *Typography: Khảo sát niên đại về thiết kế và kỹ thuật chữ xuyên suốt lịch sử*). New York: Nhà xuất bản Black Dog & Leventhal, 1998.

Gale, Nathan. *Type 1: Digital Typeface Design* (tạm dịch: *Chữ - Tập 1: Thiết kế typface kỹ thuật số*). New York: Nhà xuất bản Universe, 2002.

Garrett, Jesse James. *The Elements of User Experience* (tạm dịch: *Các yếu tố trong trải nghiệm người dùng*). New York: AIGA, Nhà xuất bản New Riders, 2003.

Goodman, Allison. *The 7 Essentials of Graphic Design* (tạm dịch: *Bảy vấn đề thiết yếu trong thiết kế đồ họa*). Cincinnati, OH: How Design Books, 2001.

Gordon, Bob. *Making Digital Type Look Good* (tạm dịch: *Sáng tạo chữ kỹ thuật số tuyệt đẹp*). New York: Nhà xuất bản Watson-Guptill, 2001.

Götz, Veruschka. *Color & Type for the Screen* (tạm dịch: *Màu sắc & chữ cho màn hình*). Thụy Sỹ: RotoVision, 1998.

Goudy, Frederic W. *The Alphabet and Elements of Lettering* (tạm dịch: *Bảng chữ cái và các thành phần của chữ chế tác*). New York: Nhà xuất bản Dorset, 1989.

Gress, Edmund G. *Fashions in American Typography* (tạm dịch: *Các phong cách typography của Mỹ*). New York: Nhà xuất bản Harper & Brothers, 1931.

Groth, Gary. *The Comics Journal* 245 (tạm dịch: *Tạp chí Comics* 245) (Tháng 08 năm 2002).

Haller, Lynn. *Creative Edge Type* (tạm dịch: *Chữ góc cạnh sáng tạo*). Cincinnati, OH: Nhà xuất bản North Light Books, 1999.

Harvey, Michael. *Creative Lettering Today* (tạm dịch: *Nghệ thuật chế tác chữ sáng tạo ngày nay*). New York: Design Books, 1996.

Hayden, Clare và Heinke Jenssen. *Corporate Identity 3* (tạm dịch: *Bộ nhận diện doanh nghiệp 3*). New York: Graphis, 1998.

Haynes, Merritt Way. *The Student's History of Printing* (tạm dịch: *Lịch sử ngành in cho học sinh*). New York: McGraw-Hill, 1930.

Heller, Steven và Seymour Chwast. *Graphic Style: From Victorian to Digital* (tạm dịch: *Phong cách đồ họa: Từ thời Victoria đến thời đại Kỹ thuật số*). New York: Harry N. Abrams, 1988.

Heller, Steven và Louise Fili. *British Modern* (tạm dịch: *Tiếng Anh hiện đại*). San Francisco: Chronicle Books, 1998.

———. *Design Connoisseur* (tạm dịch: *Người sành sỏi về thiết kế*). New York: Nhà xuất bản Allworth, 2000.

———. *Streamline* (tạm dịch: *Sắp xếp hợp lý hóa*). San Francisco: Chronicle Books, 1995.

———. *Typology: Type Design from the Victorian Era to the Digital Age* (tạm dịch: *Hệ thống các kiểu hình: Thiết kế chữ từ thời Victoria đến thời đại Kỹ thuật số*). San Francisco: Chronicle Books, 1999.

Heller, Steven và Elinor Pettit. *Graphic Design Time Line: A Century of Design Milestones* (tạm dịch: *Niên đại ngành thiết kế đồ họa: Một thế kỷ các mốc lịch sử thiết kế*). New York: Nhà xuất bản Allworth, 2000.

Heller, Steven và Christine Thompson. *Letterforms: Bawdy Bad & Beautiful* (tạm dịch: *Letterform: Đẹp trong sáng và Xấu thô tục*). New York: Nhà xuất bản Watson-Guptill, 2000.

Hoe, Robert. *A Short History of the Printing Press* (tạm dịch: *Lược sử về nhà máy in*). New York: Robert Hoe, 1902.

Hollis, Richard. *Graphic Design: A Concise History* (tạm dịch: *Lược sử về thiết kế đồ họa*). New York: Nhà xuất bản Thames and Hudson, 1994. Tạp chí *HOW* (Tháng 02 năm 2004).

Hurlburt, Allen. *The Design Concept* (tạm dịch: *Concept thiết kế*). New York: Watson-Guptill, 1981.

———. *The Grid* (tạm dịch: *Ô lưới*). New York: John Wiley & Sons, 1978.

———. *Layout: The Design of the Printed Page* (tạm dịch: *Layout: Thiết kế trang in ấn*). New York: Watson-Guptill, 1977.

Johnson, A. F. "Fat Faces: Their History, Forms and Use" (tạm dịch: "Typeface Fat: Lịch sử, Hình thức và Ứng dụng"). *Alphabet and Image: A Quarterly of Typography and Graphic Arts*, vol. 5 (tạm dịch: *Bảng chữ cái và hình ảnh: Một phần tư nghệ thuật đồ họa và typography*, Tập 5) (Tháng 09 năm 1947).

Jury, David. *About Face: Reviving the Rules of Typography* (tạm dịch: *Bàn về typeface: Làm sống lại các quy tắc của typography*). Vương quốc Anh: RotoVision, 2002.

Kane, John. *A Type Primer* (tạm dịch: *Sách nhập môn về chữ*). New Jersey: Prentice Hall, 2003.

Kristof, Ray và Amy Satran. *Interactivity by Design* (tạm dịch: *Tương tác bằng thiết kế*). Mountain View, CA: Nhà xuất bản Adobe, 1995.

Kubler, George A. *A New History of Stereotyping* (tạm dịch: *Lịch sử mới của bản in đúc*). New York: Công ty J. J. Little & Ives, 1941.

Lawson, Alexander. *Anatomy of a Typeface* (tạm dịch: *Cấu trúc của typeface*). Boston: Nhà xuất bản David R. Godine, 1990.

———. *Printing Types: An Introduction* (tạm dịch: *Giới thiệu về chữ in ấn*). Boston: Nhà xuất bản Beacon, 1971.

Lehmann-Haupt, Hellmut. *Gutenberg and the Master of the Playing Cards* (tạm dịch: *Gutenberg và nghệ nhân chơi bài*). New Haven, CT: Nhà xuất bản Đại học Yale, 1966.

Lester, Paul Martin. *Visual Communication: Images with Messages* (tạm dịch: *Truyền thông thị giác: Hình ảnh với thông điệp*). Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning, 2000.

Lewis, John. *Typography: Design and Practice* (tạm dịch: *Typography: Thiết kế và thực hành*). New York: Công ty xuất bản Taplinger, 1978.

Lieberman, Ben J. *Types of Typefaces* (tạm dịch: *Các kiểu typeface*). New York: Công ty xuất bản Sterling, 1967.

Livio, Mario. "The Golden Number" (tạm dịch: "Con số vàng"). *Natural History* 112, no. 2 (tạm dịch: *Lịch sử tự nhiên* 112, Số 2) (Tháng 03 năm 2003): Trang 64-69.

Lupton, Ellen và J. Abbott Miller. *Design Writing Research: Writing on Graphic Design* (tạm dịch: *Nghiên cứu tài liệu thiết kế: Tài liệu về thiết kế đồ họa*). New York: Nhà xuất bản Princeton Architectural, 1996.

Tạp chí *Mass Appeal* (tạm dịch: *Sức hấp dẫn đại chúng*), Số 25 (2003).

Meggs, Philip B. *A History of Graphic Design* (tạm dịch: *Lịch sử thiết kế đồ họa*). New York: John Wiley & Sons, 1998.

———. *Type and Image: The Language of Graphic Design* (tạm dịch: *Chữ và hình ảnh: Ngôn ngữ của thiết kế đồ họa*). New York: John Wiley & Sons, 1992.

Metzl, Ervine. *The Poster* (tạm dịch: *Poster quảng cáo*). New York: Nhà xuất bản Watson-Guptill, 1963.

Moran, James. *Printing in the 20th Century* (tạm dịch: *Ngành in thế kỷ 20*). New York: Nhà xuất bản Hastings House, 1974.

———. *Printing Presses, History and Development from the Fifteenth Century to Modern Times* (tạm dịch: *Nhà máy in, lịch sử hình thành và phát triển từ thế kỷ 15 đến thời hiện đại*). Berkeley, CA: Nhà xuất bản Đại học California, 1973.

Moye, Stephen. *Fontographer: Type by Design* (tạm dịch: *Fontographer: Tạo chữ bằng thiết kế*). New York: Nhà xuất bản MIS, 1995.

Müller-Brockmann, Josef. *Grid Systems* (tạm dịch: *Hệ thống ô lưới*). Thụy Sỹ: Verlag Niggli AG, 1996.

Neuenschwander, Brody. *Letterwork: Creative Letterforms in Graphic Design* (tạm dịch: *Công việc tạo chữ: Những letterform sáng tạo trong thiết kế đồ họa*). London: Nhà xuất bản Phaidon, 1993.

Orcutt, William Dana. *Master Makers of the Book* (tạm dịch: *Thợ làm sách lành nghề*). New York: Doubleday, Doran & Company, 1928.

Owen, William. *Modern Magazine Design* (tạm dịch: *Thiết kế tạp chí thời hiện đại*). Dubuque, IA: Nhà xuất bản Wm. C. Brown, 1992.

Park, Mimi và Francesca Messina. *The Society of Publication Designers 37th Publication Design Annual* (tạm dịch: *Hiệp hội Nhà thiết kế ấn phẩm: Ấn phẩm thiết kế thường niên - Số 37*). Gloucester, MA: Nhà xuất bản Rockport, 2002.

Perfect, Christopher và Jeremy Austen. *The Complete Typographer* (tạm dịch: *Typographer hoàn hảo*). New Jersey: Prentice Hall, 1992.

Perfect, Christopher và Gordon Rookledge. *Rookledge's International Type Finder* (tạm dịch: *Bộ tìm kiếm chữ quốc tế của Rooklege*). Boston: Nhà xuất bản Serema, 1991.

Poynor, Rick. *Typographica* (tạm dịch: *Nghệ thuật in*). London: Nhà xuất bản Laurence King, 2001.

Poynor, Rick và Edward Booth-Clibborn. *Typography Now: The Next Wave* (tạm dịch: *Typography ngày nay: Làn sóng mới*). London: Edward Booth-Clibborn, 1991.

Print's Regional Design Annual. 57, no. 6 (tạm dịch: *Ấn phẩm thường niên về thiết kế In ấn 57*, Số 6) (2003).

Richards, G. Tilghman. *The History and Development of Typewriters* (tạm dịch: *Lịch sử và sự phát triển của máy đánh chữ*). London: Her Majesty's Stationary Office, 1964.

Richardson, Margaret E. *Type Graphics: The Power of Type in Graphic Design* (tạm dịch: *Đồ họa chữ: Sức mạnh của chữ trong thiết kế đồ họa*). Gloucester, MA: Nhà xuất bản Rockport, 2000.

Roberts, Lucienne và Julia Thrift. *The Designer and the Grid* (tạm dịch: *Nhà thiết kế và ô lưới*). East Sussex, Vương quốc Anh: RotoVision, 2002.

Samara, Timothy. *Making and Breaking the Grid: A graphic Design Layout Workshop* (tạm dịch: *Tạo dựng và phá bỏ ô lưới: Xưởng thiết kế layout đồ họa*). Gloucester, MA: Nhà xuất bản Rockport, 2002.

Shedroff, Nathan. *Experience Design 1* (tạm dịch: *Trải nghiệm thiết kế 1*). Indianapolis, IN: New Riders, 2001.

Sidles, Constance J. *Great Production by Design* (tạm dịch: *Sản phẩm tuyệt vời từ thiết kế*). Cincinnati, OH: North Light Books, 1998.

Silver, Linda. *Print's Best Typography 2* (tạm dịch: *Tác phẩm typography tốt nhất của ngành in - Tập 2*). New York: Nhà xuất bản RC, 1995.

Spencer, Herbert. *Pioneers of Modern Typography* (tạm dịch: *Các nhà tiên phong của typography hiện đại*). Cambridge, MA: Nhà xuất bản The MIT, 1982.

Strizver, Ilene. *Type Rules: The Designer's Guide to Professional Typography* (tạm dịch: *Quy tắc về chữ: Hướng dẫn nhà thiết kế đến với typography chuyên nghiệp*). Cincinatti, OH: North Light Books, 2001.

The Times, Printing Number: Reprinted from the 401,000th Issue of The Times, Tuesday September 10, 1912 (tạm dịch: *Báo Thời đại, Ấn bản in: In lại từ vấn đề thứ 401.000 của tờ Thời đại, thứ Ba, ngày 10 tháng 09 năm 1912)*, London: The Times (tạm dịch: Báo Thời đại), 1912.

Thorpe, James. "The Posters of the Beggarstaff Brothers" (tạm dịch: "Poster của anh em nhà Beggarstaff". *Alphabet and Image: A Quarterly of Typography and Graphic Arts*, vol. 4 (tạm dịch: *Bảng chữ cái và hình ảnh: Một phần tư của nghệ thuật đồ họa và typography*, Tập 4) (Tháng 04 năm 1947).

Timmers, Margaret. *The Power of the Poster* (tạm dịch: *Sức mạnh của poster*). London: Nhà xuất bản V&A, 2003.

Toulouze, Michel. *L'art et Instruction de Bien Dancer: A Facsimile of the Only Recorded Copy with a Bibliographical Note by Victor Scholderer* (tạm dịch: *Hướng dẫn nghệ thuật bởi Bien Dancer: Bản sao chép duy nhất với ghi chú thư mục tham khảo của Vitor Sholderer*). London: Học viện Hoàng gia các Nhà lâm sàng (Royal College of Physicians), Công ty TNHH Emery Walker, 1936.

Tracy, Walter. *Letters of Credit: A View of Type Design* (tạm dịch: *Thư tín tín dụng: Một góc nhìn về thiết kế chữ*). Boston: Nhà xuất bản David R. Godine, 2003.

Triggs, Teal. *Type Design: Radical Innovations and Experimentation* (tạm dịch: *Thiết kế chữ: Đổi mới căn bản và thực nghiệm*). New York: Harper Design International, 2003.

Turnbull, Arthur và Russell N. Baird. *The Graphics of Communication* (tạm dịch: *Đồ họa truyền thông*). New York: Hold, Rinehart và Winston, 1980.

Twemlow, Alice. *365: AIGA Year in Design 23* (tạm dịch: *365: Năm AIGA trong thiết kế 23*). New York: AIGA, 2002.

Twyman, Michael. *The British Library Guide to Printing History and Techniques* (tạm dịch: *Cẩm nang hướng dẫn của Thư viện Anh về lịch sử và kỹ thuật in ấn*). Toronto: Nhà xuất bản Đại học Toronto, 1999.

———. *Henry Bankes's Treatise on Lithography* (tạm dịch: *Luận án về in thạch bản của Henry Banker*). London: Hiệp hội Lịch sử In ấn (Printing Historical Society), 1976.

———. *Early Lithographed Books* (tạm dịch: *Sách in thạch bản thời sơ khai*). London: Nhà xuất bản Farrand & Hiệp hội Thư viện tư nhân (Private Libraries Association), 1990.

Twyman, Michael; Gary Kurutz; George Fox; và Curtiss Taylor. *Bicentennial of Lithography* (tạm dịch: *200 năm ngành in thạch bản*), San Franscisco: Câu lạc bộ sách California, 1999.

VanderLans, Rudi và Zuzana Licko. *Emigre: Graphic Design into the Digital Realm* (tạm dịch: *Sự "di cư" từ thiết kế đồ họa sang địa hạt kỹ thuật số*). New York: Van Nostrand Reinhold, 1993.

Walton, Roger. *Big Type* (tạm dịch: *Chữ in khổ lớn*). New York: HBI, 2002.

Wheildon, Colin. *Type & Layout* (tạm dịch: *Chữ và layout*). Berkeley, CA: Nhà xuất bản Strathmoor, 1996.

Wildbur, Peter. *Information Graphics* (tạm dịch: *Đồ họa thông tin*). New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.

Wolpe, Berthold. *Vincent Figgins Type Specimens 1801 and 1815; Reproduced in Facsimile* (tạm dịch: *Mẫu chữ Vincent Figgins năm 1801 và 1815; làm sống lại bản sao*). London: Hiệp hội Lịch sử In ấn, Nhà xuất bản John Roberts, 1967.

CÁC BÀI BÁO TRÊN INTERNET VÀ NGUỒN THAM KHẢO CHUNG

"About Points and Pixels as Units" (tạm dịch: "Bàn về point và pixel như những đơn vị), *<http://www.hut.fi/u/hsivonen/units.html>*.

Adams, Peter C. S. "PageMaker Past, Present and Future" (tạm dịch: "Quá khứ, hiện tại và tương lai của nhà thiết kế trang"), ngày 16 tháng 03 năm 2004, *<http://www.makingpages.org/pagemaker/history/>*.

AIGA (American Institute of Graphic Arts - Hiệp hội Đồ họa Mỹ). "Symbol Signs" (tạm dịch: "Các dấu hiệu của biểu tượng"), *<http://www.aiga.org/content.cfm?ContentAlias=symbolsigns>*.

Công ty máy tính Apple. "Advanced Typography with Mac OS X: Using and Managing Fonts" (tạm dịch: "Typography nâng cao trên Mac OS X: Sử dụng và quản lý font"), tháng 06 năm 2004, *<http://images.apple.com/pro/pdf/L303878B_Font_TT_v4.pdf>*.

"The Arabic Language Script" (tạm dịch: "Chữ viết tay trong ngôn ngữ Ả Rập), *<http://www.indiana.edu/~arabic/arabic_script.htm>*.

Archer, Caroline. "Printers Once Promoted Themselves through their Knowledge of Type" (tạm dịch: "Máy in từng tự cải thiện nhờ hiểu biết về chữ"), *Tạp chí Eye*, 2001, *<http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=85&fid=448>*.

Bảo tàng Chữ gỗ và Chữ in Hamilton (Hamilton Wood Type and Printing Museum). "About Wood Type" (tạm dịch: "Bàn về chữ gỗ"), *<http://www.woodtype.org/museum_information_about.shtml>*.

"Bauhaus Manifesto 1919" (tạm dịch: "Tuyên ngôn của Bauhaus năm 1919"), *<http://www.architetturamoderna.com/pdf/Bauhausmanifesto.pdf>*.

Bellis, Mary. "Inventors: A Brief History of Writing Instruments" (tạm dịch: "Người sáng chế: Lược sử về công cụ hỗ trợ viết"), *<http://inventors.about.com/library/weekly/aa100197.htm>*.

Bellis, Mary. "Inventors: The History of Phototypesetting" (tạm dịch: "Người sáng chế: Lịch sử chữ in chụp"), *<http://inventors.about.com/library/inventors/blphototypesetting.htm>*.

BitLaw. "Design Patents" (tạm dịch: "Bằng sáng chế thiết kế"), *<http://www.bitlaw.com/patent/design.html>*.

Briem, Gunnlaugur. "Notes on Type Design" (tạm dịch: "Các vấn đề cần lưu ý khi thiết kế chữ"), tháng 08 năm 2001, <*http://briem.ismennt.is/2/2.3.1a/2.3.1.01.notes.htm*>.

Brown, R. J. "History Buff: A Capsule History of Typesetting" (tạm dịch: "Trang vàng lịch sử: Lược sử về nghệ thuật sắp chữ"), <*http://www.historybuff.com/library/reftype.html*>.

"Capital and Labour - The Invention of the Steam-Engine: Watt's Early Inventions" (tạm dịch: "Tư bản và lực lượng lao động: Sáng chế ra máy hơi nước - phát minh sơ khai của Watt"), <*http://www.history.rochester.edu/steam/lord/4-1.htm*>.

Chernov, F. "Bourgeois Cosmopolitanism and Its Reactionary Role" (tạm dịch: "Chủ nghĩa thế giới và vai trò tư sản phản động của nó"), ngày 30 tháng 10 năm 2003, <*http://www.cyberussr.com/rus/chernov/chernov-patriotizm-e.html*>.

Chinaknowledge.org. "Chinese Art - Graphic Art" (tạm dịch: "Nghệ thuật Trung Hoa - Nghệ thuật đồ họa") <*http://www.chinaknowledge.de/Art/Printing/printing.html*>.

Computerhope.com. "Computer History: History for 2000 to Today" (tạm dịch: "Lịch sử máy tính: Từ năm 2000 đến nay"), <*http://www.computerhope.com/history/2000.htm*>.

"Confusion Over Sub-Pixels and CRTs" (tạm dịch: "Sự nhầm lẫn giữa sub-pixel và màn hình CRT"), ngày 15 tháng 03 năm 2005, <*http://grc.com/ctdialog.htm*>.

Cục điều tra dân số (U.S. Census Bureau). "Home Computers and Internet Use in the United States: (tạm dịch: "Mức độ sử dụng Internet và máy tính trong các hộ gia đình ở Mỹ"), tháng 08 năm 2000, <*http://www.census.gov/prod/2001pubs/p23-207.pdf*>.

"Dada" (tạm dịch: "Chủ nghĩa Đa đa"), <*http://www.jahsonic.com/Dada.html*>.

Every, David, K. "What is the History of TrueType?" (tạm dịch: "Lịch sử font TrueType là gì?"), ngày 09 tháng 11 năm 2002, <*http://www.mackido.com/History/History_TT.html*>.

Fabian, Nicholas. "The Master of Univers, Adrian Frutiger" (tạm dịch: "Adrian Frutiger, nghệ nhân của vũ trụ"), <*http://web.archive.org/web/20000823071215/webcom.net/~nfhome/frutiger.htm*>.

FluxEuropa. "The Art and Ideas of Wyndham Lewis" (tạm dịch: "Nghệ thuật và ý tưởng của Wyndham Lewis"), ngày 07 tháng 01 năm 1999, <*http://www.fluxeuropa.com/wyndhamlewis-art_and_ideas.htm*>.

Foam Train Fonts. "History of Type" (tạm dịch: "Lịch sử của chữ") <*http://www.owlsoup.com/foamtrain/history.html*>.

"Futurism: Manifestos and Other Resources" (tạm dịch: "Thuyết vị lai: Các bản tuyên ngôn và nguồn tài nguyên tham khảo khác"), ngày 14 tháng 06 năm 2002, <*http://www.unknown.nu/futurism/*>.

Georgia Tech, Viện Khoa học và Công nghệ Giấy (Institute of Paper Science and Technology). "Watermarks" (tạm dịch: "Watermark" ("Dấu nổi")"), ngày 21 tháng 03 năm 2005, <*http://www.ipst.gatech.edu/amp/collection/museum_watermark.htm*>.

Gibson, Steve. "Sub-Pixel Font Rendering Technology" (tạm dịch: "Công nghệ render font sub-pixel"), 2003, <*http://grc.com/cleartype.htm*>.

"IBM Archives: 1976" (tạm dịch: "Tài liệu lưu trữ của IBM năm 1976"), <*http://www-1.ibm.com/ibm/history/history/year_1976.html*>.

inkPlus. "CG Fundamentals" (tạm dịch: "Nguyên tắc cơ bản về CG"), <*http://inkplus.syste.ms/Academy/Fundamentals/CGFundamental-Resolution.htm*>.

"Lithography in the Victorian Age" (tạm dịch: "In thạch bản Thời đại Victoria"), *<http://www.bl.uk/collections/early/victorian/lithogra/lithog10.html>*.

MacGregor, Chris. "The TypeRight Guide to Ethical Type Design" (tạm dịch: "Hướng dẫn bảo vệ quyền về chữ theo đạo đức thiết kế"), *<http://www.typeright.org/ethicsguide.html>*.

Madden, Mary và Lee Rainee. "America's Online Pursuits: The Changing Picture of Who's Online and What They Do" (tạm dịch: "Dõi theo đời sống trực tuyến nước Mỹ: Bức tranh về sự thay đổi đối tượng trực tuyến và việc họ làm"), ngày 22 tháng 12 năm 2003, *<http://www.pewinternet.org/reports/reports.asp?Report=106&Section=ReportLevel1&Field=Level1ID&ID=463<http://www.prepressure.com/ps/history/history.htm>*.

Microsoft. "Microsoft Typography - A Brief History of TrueType" (tạm dịch: "Typography của Microsoft - Lược sử về font TrueType"), ngày 30 tháng 06 năm 1997, *<http://www.microsoft.com/typography/history/history.htm>*.

Musée de l'imprimerie de Lyon, *<http://www.imprimerie.lyon.fr/imprimerie/sections/fr/une/une>*.

O'Hanlon, Charlene. "Gary Starkweather: Laser Printer Inventor" (tạm dịch: "Gray Starkwearther: Người phát minh máy in laser"), ngày 13 tháng 11 năm 2002, *<http://www.crn.com/sections/special/hof/hof02.asp?ArticleID=38521>*.

Phòng trưng bày Poster Quốc tế Trực tuyến (International Poster Gallery Online). "The New Economic Policy (1921-1927)" (tạm dịch: "Chính sách kinh tế mới giai đoạn 1921-1927"). *Revolution by Design: The Soviet Poster* (tạm dịch: *Đổi mới bằng thiết kế: Poster phong cách Xô Viết*), *<http://www.internationalposter.com/ru-text.cfm#NEP>*.

Phòng trưng bày Tiền giấy của Tom Chao (Tom Chao's Paper Money Gallery), ngày 13 tháng 06 năm 2005, *<http://www.tomchao.com/>*.

Tập san về đồ cũ và đồ cổ đem bán (Old and Sold Antique Digest). "Lithography - Phototypesetting" (tạm dịch: "In thạch bản - Nghệ thuật sắp chữ hình ảnh"), xuất bản lần đầu năm 1963, *<http://www.oldandsold.com/articles09/lithography-6.shtml>*.

Trang chủ đề đặc biệt của Met (Metropolitan Museum of Art - Bảo tàng Mỹ thuật Metropolitan). "Gothic Art" (tạm dịch: "Nghệ thuật Gothic"), *<http://www.metmuseum.org/toah/hd/mgot/hd_mgot.htm>*.

Trang chủ đề đặc biệt của Met (Metropolitan Museum of Art - Bảo tàng Mỹ thuật Metropolitan). "Romanesque Art" (tạm dịch: "Nghệ thuật La Mã"), *<http://www.metmuseum.org/toah/hd/rmsq/hd_rmsq.htm>*.

Trung tâm Nghiên cứu Microsoft (Microsoft Research). "Gary Starkweather Profile" (tạm dịch: "Sơ lược về tiểu sử của Gary Startweather"), *<http://research.microsoft.com/aboutmsr/jobs/garys.aspx>*.

Thư viện Anh (British Library). "Concise History of the British Newspaper in the Nineteenth Century" (tạm dịch: "Lược sử Báo chí Anh quốc thế kỷ 19), *<http://www.bl.uk/collections/brit19th.html>*.

Thư viện Anh: Danh mục Kỹ thuật số về Bản thảo viết tay sơn son thiếp vàng (Digital Catalogue of Illuminated Manuscripts). "An Introduction to Illuminated Manuscripts" (tạm dịch: "Giới thiệu về bản thảo viết tay sơn son thiếp vàng"), *<http://prodigi.bl.uk/illcat/TourIntro1.asp>*.

"On the Goodness of Unicode" (tạm dịch: "Tinh hoa của Unicode"), ngày 06 tháng 04 năm 2003, *<http://www.tbray.org/ongoing/When/200x/2003/04/06/Unicode>*.

Otten, Liam. "A Rare Acquisition" (tạm dịch: "Thu thập đồ hiếm"). *Đại học Washington trên Tạp chí St. Louis*, mùa Xuân năm 2001, *<http://magazine.wustl.edu/Spring01/LibraryAcquisition.html>*.

Parkin, Simon. "Visual Energy" (tạm dịch: "Sức mạnh tiềm tàng của thị giác"), ngày 21 tháng 06 năm 2000, *<http://www.hyperreal.org/raves/database/visuale/ve2.htm>*.

Phinney, Thomas W. "A Brief History of Type" (tạm dịch: "Lược sử về chữ"), *<http://www.redsun.com/type/abriefhistoryoftype/>*.

Pinkus, Karen. "Futurism: Proto Punk?" (tạm dịch: "Chủ nghĩa Vị lai: Phong cách Proto Punk"), *<http://www.unknown.nu/futurism/protopunk.html>*.

Sewell, J. "Aquatint" (tạm dịch: "Thuật khắc axit"), *<http://www.collectorsprints.com/glossary/aquatint.asp>*.

SSi. "Font Foundry Myths" (tạm dịch: Truyền thuyết về xưởng tạo font), ngày 16 tháng 06 năm 1997, *<http://ssifonts.com/Myths.htm>*.

SSi. "SSi Foundry Myths #15 - If Copyright Does Not Provide Font Protection, Patents Can Protect Most Fonts" (tạm dịch: "Truyền thuyết thứ 15 về xưởng tạo font của Ssi - Nếu Luật Bản quyền không thể bảo vệ font, bằng sáng chế có thể bảo vệ được hầu hết các font"), *<http://ssifonts.com/Patents1.HTM>*.

Typography TrueType. "A History of TrueType" (tạm dịch: "Lịch sử của TrueType"), *<http://www.truetype.demon.co.uk/tthist.htm>*.

Văn phòng Bản quyền Mỹ (United States Copyright Office), Thư viện Quốc hội (The Library of Congress). "Copyright" (tạm dịch: "Luật Bản quyền"), ngày 06 tháng 06 năm 2005, *<http://www.copyright.gov/>*.

Văn phòng Bằng sáng chế và Trademark Mỹ (United States Patent and Trademark Office). "General Information Concerning Patents" (tạm dịch: "Thông tin chung liên quan đến bằng sáng chế"), tháng 01 năm 2005, *<http://www.uspto.gov/web/offices/pac/doc/general/index.html#laws>*.

Xerox. "Online Fact Book" (tạm dịch: "Sách thực tế trực tuyến"), *<http://ww.xerox.com/go/xrx/template/019d.jsp?view=Factbook&id=Historical&Xcntry=USA&Xlang=en_US>*.

Website Thông tin về sách (Book Information Website). "Book History Timetable" (tạm dịch: "Niên biểu lịch sử của sách"), 1998, *<http://www.xs4all.nl/~knops/timetab.html>*.



Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Elizabeth Nevin, thuộc Nhà xuất bản Briar.

C

CỘNG SỰ

13thFloor; Dave Parmley và Eric Ruffing; *www.13thfloordesign.com.*

Adbusters (tạp chí *Adbusters*); Chris Sauvé; *www.adbusters.org.*

AlltheSky.com; Till Credner và Sven Kohle; *www.allthesky.com.*

AOETI (Astigmatic One Eye Typographic Institute - Học viện Typography Astigmatic One Eye); Brian J. Bonislawsky; *www.astigmatic.com.*

Apple; Todd Wilder; *http://developer.apple.com/fonts.*

Arnika; Michael Ashley; *www.arnikans.com.*

ARS (Artists Rights Society - Tổ chức Quyền của Nghệ sỹ); *www.arsny.com.*

Atomic Media; Matthew Bardram; *www.atomicmedia.net.*

BA Graphics; Bob Alonso; *www.myfonts.com.*

BaltimoreMagazine; Amanda White-Iseli và Isabelle Arsenault; *www.baltimoremagazine.net.*

Bannigan Artworks; Todd và Linda Hallock; *www.celticartworks.com.*

Basel Fair; Wolfgang Weingart; *www.weingartarchive.com.*

Bergman Associates; Robert Bergman; *http://bergassociates.com.*

Berthold Wolpe Estate.

Bill Graham Presents; Thomas Scott và Arlene Owseichik; *www.bgp.com.*

Bite It!; Trevor Jackson; *www.outputrecordings.com.*

Bitstream Inc.; Bob Thomas; *www.myfonts.com.*

Blambot; Nate Piekos; *www.blambot.com.*

Blue Vinyl Fonts; Jess Latham; *www.bvfonts.com.*

Bộ sưu tập đặc biệt (Special Collections), Thư viện Đại học Delaware; Iris Snyder; *www.lib.udel.edu.*

Bộ sưu tập Vua David (David King Collection), London.

CastleType; Jason Castle; *www.castletype.com.*

Camille Rose Garcia; Camille Rose Garcia; *www.camillerosegarcia.com.*

Cool Fonts; Todd Dever; *www.cool-fonts.com.*

Clarity Coverdale Fury; Jac Coverdale và Glenn Gray; *www.claritycoverdalefury.com.*

Công ty Art 270; Carl Mill, Diane Zotter-Mill và Nicole Lombardo Ganz; *www.art270.com.*

Công ty Butterfly Stroke; Fumio Tachibana và Katsunori Aoki; *www.butterfly-stroke.com.*

Công ty Emigre; Rudy VanderLans và Zuzana Licko; *www.emigre.com.*

Công ty Font Bureau; Robb Ogle và Sam Berlow; *www.fontbureau.com.*

Công ty Phát triển Thương hiệu focus2 (focus2 brand development); Duane King và Todd Hart; *www.focus2.com.*

Công ty Segura/T-26.; Carlos Segura; *www.segura-inc.com, www.t26.com.*

Công ty Thiết kế Alan Chan; Alan Chan; *www.alanchandesign.com.*

Công ty Thiết kế Art Chantry; Art Chantry; *www.artchantry.com.*

Công ty Thiết kế Barnbrook; Jonathan Barnbrook; *www.barnbrook.net.*

Công ty Thiết kế Burghal; Kate Peters; *www.burghal.com.*

Công ty Thiết kế Campbell Fisher; Mike Campbell; *www.thinkcfd.com.*

Công ty Thiết kế Charles S. Anderson; Charles Anderson; *www.csadesign.com.*

Công ty TNHH Thiết kế chữ Berthold; Melissa M. Hunt; *www.bertholdtypes.com.*

Công ty Thiết kế chữ (Type Foundry) Hoefler, Hoefler & Frere-Jones, Enschede; Jonathan Hoefler; *www.typography.com.*

Công ty Thiết kế chữ Ingrimayne; Robert Schenk; *http://ingrimayne.saintjoe.edu/fonts.*

Công ty Thiết kế chữ P22; Richard Kegler; *www.p22.com.*

Công ty Thiết kế chữ Tyler, Đại học Temple; Keli Cavanaugh và Steven DeCusatis; *www.temple.edu/tyler.*

Công ty Thiết kế chữ TypeArt; Lloyd Springer; *www.typeart.com.*

Công ty Thiết kế Đồ họa Niklaus Troxler; Niklaus Troxler; *www.troxlerart.ch.*

Công ty Thiết kế Froter; Chris Froeter; *www.froeterdesign.com.*

Công ty Thiết kế Jennifer Sterling; Jennifer Sterling; *www.jennifersterling.com.*

Công ty Thiết kế The Collective Design; Alexander Kneselac; *www.collective.dreamhost.com.*

Công ty Thiết kế Mithoff; Clive Cochran; *www.mithoffburton.com.*

Công ty Thiết kế Pentagram; Kit Hinrichs, Paula Scher, Steven Bateman và Mervyn Kurlansky; *www.pentagram.com.*

Công ty Thiết kế Sommese; Lanny Sommese.

Công ty Thiết kế Strange Attractors; Ryan Pescatore Frisk và Catelijne van Middelkoop; *www.strangeattractors.com.*

Công ty TNHH Paratype; Sergey Kochin; *www.paratype.com.*

Công ty TNHH Thiết kế hình ảnh Monotype; *www.monotypefonts.com.*

Công ty TNHH Rikuyosha; *www.rikuyosha.co.jp.*

Cranbrook David Carson; David Carson; *www.davidcarsondesign.com.*

Crookeder; Dylan Nelson; *www.crookeder.com.*

Daxo; Hans Reichel; *www.daxo.de.*

Design Equals More; Keith Novicki.

Đại học Duke: Thư viện Sách hiếm, Bản thảo và Bộ sưu tập đặc biệt Linda McCurdy; *http://library.duke.edu/specialcollections.*

Elsner + Flake; Veronika Elsner và Gunther Flake; *www.elsner-flake.com.*

Family Dog Productions; Chet Helms.

Fantagraphics Books; Eric Reynolds, Monte Beauchamp và Peppy White; *www.fantagraphics.com.*

fontBoy; Bob Aufuldish và Kathy Warinner; *www.fontboy.com, www.aufwar.com.*

FontFabrik; Wim Westerveld từ Neon.

FontFont, FSI FontShop International; Manfred Klein và Veronica Hamer; *www.fontfont.com, www.fontshop.com.*

Fox Ash; David Jury.

Hãng thu âm Motown Records, trực thuộc Công ty UMG Recordings; Erykah Badu; *www.erykahbadu.com.*

Hourglass; Dave McKean.

House Industries; Andy Cruz, Allen Mercer và Jeremy Dean; *http://houseind.com.*

HOW (Tạp chí *HOW*); Bryn Mooth và Tricia Bateman; *www.howdesign.com.*

Học viện Nghệ thuật Cranbrook (Cranbrook Academy of Art); Gerri Craig; *www.cranbrook.edu.*

Học viện St. John's, Đại học Oxford; Catherine Hilliard và James Allen; *http://image.ox.ac.uk/list?collection=stj.*

Hội đồng Thành phố Glasgow (Glasgow Council Community) (Bảo tàng).

István Hargittai và Magdolna Hargittai; István Hargittai và Magdolna Hargittai.

Jed Morfit Illustration; Jed Morfit; *www.jedmorfit.com.*

Joan Dobkin; Joan Dobkin; *www.joandobkin.com.*

Julie Saunders Carlini; Julie Saunders Carlini.

Karanya Aksornkoae và Panya Chittaratlert; Karanya Aksornkoae và Panya Chittaratlert.

Karma Group; Brad Knapp; *www.attainkarma.com.*

Kênh phim độc lập (The Independent Film Channel); Christine Lubrano; *www.ifctv.com.*

Khoa Nghệ thuật và Thiết kế, Đại học Bang Iowa cho Hội đồng Giáo dục về Kiến trúc cảnh quan; Paula J. Curran.

Koninklijke Bibliotheek; Jan Maarten de Booij; *www.kb.nl/index-en.html.*

LettError; Erik van Blokland và Just van Rossum; *www.letterror.com.*

Linotype, Linotype Library GmbH; Fabrice Ruth Dissieux; *www.linotype.com.*

Louviere + Vanessa; Jeff Louviere; *www.louviereandvanessa.com.*

Lycette Bros.; John và Mark Lycette; *www.lycettebros.com.*

M&Co; Maira Kalman; *www.mairakalman.com.*

Made in Space; April Greiman; *www.madeinspace.la.*

Massin; Robert Massin.

MiniFonts.com; Joe Gillespie và Paul Wootton; *http://minifonts.com.*

Miscellaneous Man: Poster gốc hiếm và Đồ họa cổ điển; George Theofiles; *www.miscman.com.*

Misprinted Type; Eduardo Recife; *www.misprintedtype.com.*

Muller và Công ty; John Muller; *www.mullerco.com.*

Neko Studios; Su. Suttle; *NekoStudios.com.*

Nhà sáng lập Chữ kiểu Mỹ (American Type Founders); *www.columbia.edu/cu/lweb/data/indiv/rare/type-exhibit/atf.htm.*

Nhà xuất bản Beacon; *www.beacon.org.*

Nhà xuất bản Briar; Elizabeth Nevin; *www.briarpress.org.*

Nhà xuất bản Đại học Nebraska; Richard Eckersley; *http://unp.unl.edu.*

Nhà xuất bản Hãng hàng không Mỹ (American Airlines Publishing); J. R. Arebalo, Jr.; *www.americanwaymag.com.*

Nhà xuất bản NAI; *www.naipublishers.nl.*

Nhà xuất bản Shelter; Lloyd Kahn; *www.shelterpub.com.*

Nhà xuất bản Worsley; Colin Wheildon; *www.worsleypress.com.*

ni9e; Max Asare; *www.ni9e.com.*

Nick's Fonts; Nick Curtis; *www.nicksfonts.com.*

Okayplayer; Dan Petruzzi, Afra Amir Sanjari, Kirsten O'Loughlin và Chris Ro; *http://okayplayer.com.*

One Reel; Heather Smith; *http://onereel.org.*

Otto & Marie Neurath (Bộ sưu tập đồ Hình dạng vẽ (Isotype Collection) Oto & Marie Neurath), Ban Truyền thông Typography và Đồ họa, Đại học Reading; *www.rdg.ac.uk/AcaDepts/lt.*

PampaType; Alejandro Lo Celso; *www.pampatype.com/English.html.*

Patent Pending Industries; Jeff Kleinsmith; *www.patentpendingindustries.com.*

PAX - Giải pháp Thực sự cho Bạo lực súng; Douglas Flores, Talmage Cooley, Daniel Gross và Ian Toombs; *www.pax.com/speakup/adsandpress.html.*

Phil Baines; Phil Baines; *http://philbaines.co.uk.*

Présence Typo; Thierry Puyfoulhoux; *www.presencetypo.com.*

PSY/OPS Type SF; Rodrigo X. Cavazos; *http://psyops.com.*

Push Pin Studios; Seymour Chwast; *www.pushpininc.com.*

Pyro/Core11; Eric Tilford; *www.core11.com.*

Research Studios; Neville Brody; *www.researchstudios.com.*

Richard Beatty Designs; Richard W. Beatty.

sans+baum; Julia Thrift, Lucienne Roberts và Bob Wilkinson.

Sarabande; Joe Freedman; *www.sarabande.com.*

Saul Bass Estate.

Shively Photography; Will Shively.

Some Odd Pilot; Christopher Eichenseer; *www.someoddpilot.com.*

Spacetacular; Stephanie Harte; *www.spacetacular.com.*

SPONE; Greg Lamarche.

Staatsbibliothek, Bamberg; *www.staatsbibliothek-bamberg.de.*

StereoMC's; N. Hallam; *www.stereomcs.com.*

Steven Heller; Steven Heller.

Studio de pal, Netherlands; Arlette Brouwers và Koos van der Meer.

Studio Lupi; Italo Lupi.

Studio Thiết kế Koichi Sato; Koichi Sato.

Tập đoàn Adobe; *www.adobe.com/type.*

Thư viện Anh (The British Library); *www.bl.uk.*

Thư viện Pierpont Morgan (Pierpont Morgan Library); *www.morganlibrary.org.*

Thư viện Quốc hội (Library of Congress), Washington, D.C.; *www.loc.gov.*

Trang Web Outside The Line Design; Rae Kaiser; *www.outside-the-line.com.*

Trung tâm Nghiên cứu Bộ sưu tập Đặc biệt (Special Collection Center Studies), Thư viện Đại học Chicago; Daniel Meyer; *http://century.lib.uchicago.edu.*

Trung tâm Nghiên cứu Động vật Phù du (Centre for Ephemera Studies), Khoa Truyền thông Đồ họa và Nghệ thuật Typography, Đại học Reading; Michael Twyman; *www.rdg.ac.uk/AcaDepts/lt.*

Trung tâm Nghiên cứu về Thiết kế và Typography Herb Lubalin, thuộc Khoa Nghệ thuật, Trường Cooper Union; *www.cooper.edu/art/lubalin.*

twothousandstrong; Douglas R. Marshall; *www.2000strong.com.*

URW++ - Trung tâm Thiết kế và Phát triển; Peter Rosenfeld; *www.urwpp.de/english/home.htm.*

V&A Images/Bảo tàng Victoria & Albert; *www.vam.ac.uk.*

Victor Moscoso; Victor Moscoso; *www.victormoscoso.com.*

Vignelli Associates; Massimo Vignelli; *http://vignelli.com.*

Visual Dialogue; Fritz Klaetke; *www.visualdialogue.com.*

Von Zezschwitz: Tác phẩm Đấu giá Nghệ thuật và Thiết kế của Munich; Dr. Graham Dry; *www.von-zezschwitz.de/impressum.php.*

We Associated; Mike Kohnke; *www.weassociated.com.*

Why Not Associates; *www.whynotassociates.com.*

Wolfe Design; Terri Wolfe; *http://tswolfedesign.com.*

Zentralbibliothek Zürich; *www-zb.unizh.ch.*



Ảnh được sử dụng với sự cho phép của Elizabeth Nevin, thuộc Nhà xuất bản Briar.

C CHỈ MỤC

CHỈ MỤC

A

B

C

D

Đ

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

U

V

W

X

Y

Z

ĐÔI NÉT VỀ FPT POLYTECHNIC

Thành lập tháng 07/2010, FPT Polytechnic thuộc Đại học FPT chính thức triển khai đào tạo Hệ Cao đẳng thực hành và cấp bằng Cao đẳng nghề theo Quyết định của Tổng cục Dạy nghề.

SỨ MỆNH

FPT Polytechnic ra đời với sứ mệnh cung cấp dịch vụ đào tạo chất lượng dựa trên các tiêu chí: Phù hợp với năng lực học tập của sinh viên; đáp ứng nhu cầu lớn của doanh nghiệp và cung cấp dịch vụ đào tạo chuẩn mực, dựa trên các chuẩn đã được công nhận.

Phù hợp với năng lực học tập của sinh viên

Mọi sinh viên đều có quyền học tập và quyền được cung cấp một trình độ học vấn, kỹ năng phù hợp với năng lực. FPT Polytechnic cung cấp chương trình học tập thiên về thực hành với mục tiêu chỉ cần sinh viên chăm chỉ, có ý thức học hỏi, cầu tiến thì sẽ đáp ứng được nhu cầu tuyển dụng của các doanh nghiệp.

Đáp ứng nhu cầu lớn của doanh nghiệp

Các chuyên ngành đào tạo của FPT Polytechnic đều nhắm tới nhu cầu lớn của xã hội. Hiện Việt Nam đang có hàng trăm nghìn doanh nghiệp lớn nhỏ, với những nhu cầu tuyển dụng khác nhau: Mỗi doanh nghiệp đều cần có nhân viên kế toán, nhân viên tiếp thị và bán hàng; mỗi doanh nghiệp đều cần có Website quảng bá sản phẩm và giao dịch, do đó đều cần một nhân viên thiết kế, quản trị Website,... Mặt khác, doanh nghiệp nào có hệ thống máy tính đều cần đến đội ngũ nhân viên thực thi nhiệm vụ xây dựng các ứng dụng hữu ích và đảm bảo hệ thống được vận hành hiệu quả.

Cung cấp dịch vụ đào tạo chuẩn mực

Chương trình đào tạo của FPT Polytechnic tuân theo chuẩn khung chương trình của BTEC, Vương quốc Anh. Sách giáo trình, tài liệu học tập được chuyển ngữ sang tiếng Việt từ các bộ sách uy tín của những Nhà xuất bản lớn trên thế giới như Pearson, Cengage, McGraw-Hill,… Học liệu được đội ngũ cán bộ uy tín của Đại học FPT thiết kế, biên tập và chuyển tải, dựa trên việc áp dụng hệ thống công nghệ thông tin tiên tiến.

TRIẾT LÝ ĐÀO TẠO

FPT Polytechnic áp dụng triết lý đào tạo "Thực học – Thực nghiệp" với ý tưởng coi người học như là nhân viên. Trải nghiệm học tập sẽ được coi như trải nghiệm làm việc, nhằm giúp sinh viên làm quen với công việc thực tiễn và phương pháp giải quyết vấn đề dựa trên công việc. Phương pháp đào tạo qua dự án "Project based training" sẽ đưa ra các yêu cầu thực tế của công việc, được truyền đạt dưới dạng dự án giao cho sinh viên. Kỷ luật học tập cũng được áp dụng chặt chẽ cùng với các khóa đào tạo kỹ năng mềm, nhằm đảm bảo sinh viên ra trường có được ý thức cũng như kỹ năng mềm linh hoạt để thực hiện công việc ở mức hiệu quả nhất.

CHIẾN LƯỢC TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN GIÁO TRÌNH

Hiện nay, FPT Polytechnic đã được cấp bản quyền dịch và phát hành nhiều bộ sách giáo trình thú vị cho các chuyên ngành liên quan đến Công nghệ thông tin (Thiết kế Website, Ứng dụng phần mềm, Lập trình máy tính, Thiết kế đồ họa) và Kinh tế kinh doanh (Kế toán doanh nghiệp, Quản trị doanh nghiệp). Ngoài ra, FPT Polytechnic cũng đã phát triển các gói học liệu bài bản cho những giáo trình này. FPT Polytechnic sẵn sàng chia sẻ và đồng phát triển hệ thống giáo trình, tài liệu, nhằm cung cấp chất lượng đào tạo tốt hơn cho sinh viên Việt Nam.

NHÀ XUẤT BẢN BÁCH KHOA HÀ NỘI

Fpt University
TRƯỜNG ĐẠI HỌC FPT

NHÀ XUẤT BẢN BÁCH KHOA HÀ NỘI

Ngõ 17, Tạ Quang Bửu – Hai Bà Trưng – Hà Nội

ĐT: 04. 38684569; Fax: 04. 38684570

Website: http://nxbbk.hust.edu.vn

Tova Rabinowitz

Khám phá Typography

Chịu trách nhiệm xuất bản	GĐ-TBT: TS. Phùng Lan Hương
Dịch	Nhóm dịch Trường Đại học FPT
Biên tập	Lê Thị Ngọc, Ngụy Thị Liễu
Sửa bản in	Chu Đình Phú
Vẽ bìa	Nguyễn Thế Hoàng, Cengage
Trình bày	Đoàn Văn Long

In 2.000 bản, khổ 19 x 23 cm tại Công ty TNHH In và DVTM Phú Thịnh
Địa chỉ: Lô B2-2-5, KCN Nam Thăng Long, Bắc Từ Liêm, Hà Nội
Số xuất bản: 1510-2015/CXBIPH/03-43/BKHN. Số ISBN: 978-604-938-599-5
Quyết định xuất bản số: 86/QĐ - ĐHBK - BKHN cấp ngày 13 tháng 07 năm 2015
In xong và nộp lưu chiểu Quý III năm 2015

Tủ sách Graphic Designer FPT

Độc giả quan tâm có thể tìm mua các sách khác trong tủ Graphic Designer như dưới đây. Vui lòng truy cập fptbooks.vn để có thông tin chi tiết.



http://fptbooks.vn

Khám phá TYPOGRAPHY

Exploring Typography



Nhà thiết kế cần biết gì về typography? Bí mật nằm trọn trong cuốn sách tuyệt diệu này, và Typography chưa bao giờ đến gần bạn hơn thế!

Thật vậy, cuốn sách ***Khám phá Typography*** (tựa gốc: ***Exploring Typography***) của Tova Rabinowitz là một sự bộc lộ liều lĩnh song cũng không kém phần thi vị của những con chữ. Từ lịch sử phát triển, các thuộc tính tạo hình của chữ, cách phân loại, cách thiết kế để đạt được tính rõ ràng và tính dễ đọc, các khía cạnh thiết kế layout, sử dụng ô lưới hiệu quả, các nguyên lý sử dụng và thiết kế chữ, cách dùng chữ sáng tạo cho đến những thách thức của việc thiết kế chữ trong môi trường kỹ thuật số hiện đại đều được diễn giải bằng những câu chuyện thực tế sinh động với nhiều hình ảnh, xúc cảm, chia sẻ chân thành và trên hết là sự uyên thâm đáng nể của người viết.

Cứ như vậy, typography đã trở thành một ngôn ngữ thị giác đặc biệt, giúp nối kết những ý tưởng và cảm nhận, đem đến cho bạn cái nhìn tường tận hơn, đa chiều hơn về những con chữ, những tác phẩm thiết kế sử dụng typography sáng tạo và quá trình lao động nghệ thuật bền bỉ của các typographer từ xa xưa cho đến đương đại. Không còn nghi ngờ gì nữa, với cuốn sách này, bạn đã nắm trong tay bí kíp vượt ra khỏi ranh giới ngữ nghĩa thông thường của những con chữ để "thổi hồn" cho chúng, nhằm kiến tạo những trải nghiệm thật, những thông điệp mạnh mẽ, lạc quan và sống động đến từng giây phút.

Khi bạn cầm cuốn sách này trên tay, môn Typography hầu như vẫn chưa có được chỗ đứng thực sự trong hiểu biết của các designer khu vực. Nói vậy không phải là quá khi các chương trình đào tạo và ứng dụng typography hiện mới chỉ tiếp cận ở lớp vỏ ngoài. Rất nhiều người vẫn hiểu typography là làm đẹp bằng chữ, vẽ, xếp, lắp ghép, cắt dán, biến hình, trang trí,... song không có nhiều người thực hành và thực sự hiểu rõ các nguyên lý khoa học để tạo ra một ký tự chuẩn mực, chưa nói đến một typeface hoàn chỉnh có thể ứng dụng được.

*Trong hoàn cảnh sách "cái gì" tràn lan, lấn át sách "tại sao", chúng tôi lựa chọn cuốn **"Khám phá Typography"** của tác giả Tova Rabinowitz với mong muốn đem đến cho bạn đọc một cái nhìn đầy đủ, đúng đắn ở mức cho phép nhất về bộ môn còn quá mới mẻ trong thời đại số dù đã có tuổi ở Việt Nam.*

Chúc các bạn tìm thấy những bài học hành dụng sâu xa sau tầng tầng lớp lớp dữ liệu được biên tập kỳ công của cuốn sách này!

Ông Hà Dũng Hiệp - Academic Head, FPT Arena

WILEY

STARS RATED FOR EXCELLENCE 2012

FPT Fpt University
TRƯỜNG ĐẠI HỌC FPT

FPT Polytechnic Việt Nam
Địa chỉ: Tòa nhà FPT Polytechnic, Đường Hàm Nghi, KĐT Mỹ Đình I, Từ Liêm, Hà Nội
Email: caodang@fpt.edu.vn

Hà Nội
Địa chỉ: Tòa nhà FPT Polytechnic, Đường Hàm Nghi, KĐT Mỹ Đình I, Từ Liêm, Hà Nội
Điện thoại: (04) 8582 0808 – (04) 6287 1911
Email: caodangfpt.hn@fpt.edu.vn

Đà Nẵng
Địa chỉ: 137 Nguyễn Thị Thập, Phường Hòa Minh, Quận Liên Chiểu, TP Đà Nẵng
Điện thoại: 0511. 3710.999
Email: caodangfpt.dn@fpt.edu.vn

Tây Nguyên
Địa chỉ: Tầng 2 tòa nhà VIB 27 Nguyễn Tất Thành, Phường Tân Lợi, TP. Buôn Ma Thuột, Tỉnh Đắk Lắk
Điện thoại: (0500) 355 5678
Email: caodangfpt.daklak@fpt.edu.vn

TP. Hồ Chí Minh
Địa chỉ: 391A Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: (08) 3526 8799
Email: caodangfpt.hcm@fpt.edu.vn

ISBN: 978-604-938-599-5

9 786049 385995

Giá: 229.000 đồng

Liên hệ mua sách và hợp tác xuất bản: (04) 7 305 1398 - publishing@fpt.edu.vn - fptbooks.vn